

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
Departamento de Periodismo III



TESIS DOCTORAL

La radio universitaria en Colombia: concepción de sus estructuras de gestión, producción y programación para la creación de una tipología de dirección de medios

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

José Augusto Ventín Sánchez

Director

Felícísimo Valbuena de la Fuente

Madrid, 2014

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Departamento de Periodismo III

-Teoría General de la Información-



La Radio Universitaria en Colombia: Concepción de sus estructuras de gestión, producción y programación para la creación de una tipología de dirección de medios

Memoria de Investigación para optar al grado de Doctor

Presentada por José Augusto Ventín Sánchez

Dirección del Doctor

Felicísimo Valbuena de la Fuente

Madrid, 2014

A mi mujer, Sonia, y a mi hijo, Augusto, por mostrarme el camino que un ser humano debe llevar; por regalarme el significado de la familia; por enseñarme lo realmente importante; y por haber padecido este segundo hijo llamado tesis doctoral.

A mi madre, Sara, por el cariño y la dedicación con los que me ha criado; y a mi padre, José Augusto, por inculcarme el amor a la universidad.

A mis suegros, Martha y Carlos, por haberme acogido como un hijo en Colombia.

A todas las personas con las que he compartido mi desarrollo profesional y académico en Altavoz, en Radio Complutense, en el Instituto Universitario de la Comunicación Radiofónica y en Unión Madrid.

A la Universidad Complutense de Madrid, mi segunda casa.

A la Universidad Jorge Tadeo Lozano, por acogerme en la academia colombiana.

ÍNDICE

Abstract	15
CAPÍTULO I.....	20
INTRODUCCIÓN	20
1. Radio y Universidad: identificando la esencia de la radio universitaria	20
1.1. Justificación	25
1.2. Objetivos.....	26
1.3. Formulación de Cuestiones.....	27
1.4. Hipótesis	28
1.5. Avance de la metodología	28
CAPÍTULO II	30
MARCO TEÓRICO.....	30
2. La Empresa Informativa desde un enfoque Sistémico.....	30
2.1. Estructural Funcionalismo como método de análisis	31
2.2. Perspectiva filosófica de la industria de la información como elemento estructural y funcional del sistema	39
2.3. Factores Determinantes de la actividad informativa	49
3. Empresa Informativa: organización, gestión y producción.....	52
3.1. La Dirección de la Empresa Informativa.....	53
3.1.1. La toma de decisión en la dirección de la empresa informativa	53
3.1.1.1. Primera etapa del proceso de toma de decisiones: creación del contexto estratégico por parte de la dimensión Corporativa.	54
3.1.1.2. Segunda etapa del proceso de toma de decisiones: la dimensión productiva elabora y ejecuta la táctica.....	54
3.1.2. Organización de la actividad informativa	57
3.1.3. Coordinación de la actividad informativa	60
3.2. Los productos de la Empresa Informativa: el Producto Final y el Producto Formal.....	61
3.2.1. El Producto Final: el Público Objetivo	62
3.2.2. El Producto Formal: la Información	64
3.2.2.1. Selección del Acontecimiento	68
3.2.2.3. La estructura programática del Producto Formal: la parrilla de programación	72
4. Función Social de las Instituciones de Educación Superior.....	79

4.1.	Trayectoria latinoamericana de la función social de la universidad.....	80
4.2.	Diferencias conceptuales de la denominación función social de la universidad.....	84
4.3.	La universidad como agente generador del cambio	85
5.	La Radio Universitaria: conceptualizando un medio a partir de sus manifestaciones	90
5.1.	Orígenes y esencias de las radios universitarias	91
5.1.1.	En el Mundo	91
5.1.2.	En Latinoamérica	95
5.1.2.1.	Argentina	95
5.1.2.2.	México	102
5.1.2.3.	Chile	112
5.1.2.4.	Ecuador.....	115
5.1.3.	Red de Radio Universitarias de Latinoamérica y el Caribe	120
5.1.4.	En Colombia	123
5.1.4.1.	<i>Collage</i> de la radio universitaria en Colombia.....	125
5.1.4.2.	Legislación de radiodifusión colombiana.....	137
5.1.4.3.	Red de Radios Universitarias de Colombia.....	141
5.1.4.3.1.	Código Ético	142
5.1.4.3.2.	Hacia una distribución de funciones productivas	144
5.1.4.3.3.	La RRUC como agente promotor del patrimonio sonoro	147
CAPÍTULO III	149
COLOMBIA: APROXIMACIÓN A UN CONTEXTO	149
6.	Contexto Histórico	149
6.1.	De la Conquista a la Independencia.....	151
6.1.1.	La Economía	152
6.1.2.	El Comercio	153
6.1.3.	Las Instituciones Políticas.....	154
6.1.4.	La Independencia	156
6.1.5.	La Patria Boba.....	158
6.2.	De la República al siglo XX	161
6.3.	La violencia. Una realidad estructural en la sociedad colombiana.....	169
6.3.1.	La Violencia en Colombia. Germán Guzmán, Orlando Fals Borda y Eduardo Umaña Luna	169
6.3.2.	Pasado y presente de la violencia en Colombia. Compilación Gonzalo Sánchez y Ricardo Peñaranda	176

6.3.3.	Cinco tesis sobre narcotráfico y violencia en Colombia, Alvaro Camacho Guizado.	178
6.3.4.	Daniel Pécaut Guerra contra la sociedad	179
6.3.5.	La nación soñada. Eduardo Posada editorial	179
6.4.	Análisis demográfico	187
6.4.1.	Análisis sociales y económicos.....	189
6.4.1.1.	Concentración de la propiedad rural en Colombia.....	189
6.4.1.2.	Sistema productivo colombiano	193
6.4.1.3.	Producto Interior Bruto	198
6.4.1.4.	Pobreza	201
6.4.1.5.	Educación	203
6.4.2.	Conclusiones	204
CAPÍTULO IV.....		206
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....		206
7.	Diseño de la investigación	206
7.1.	Objeto de estudio y Universo	209
7.2.	Unidades Estructurantes	212
7.2.1.	Empresarial	213
7.2.2.	Organizativa	215
7.2.3.	Productiva	216
7.2.4.	Programática y de Contenidos	217
7.2.5.	Distribución.....	220
7.2.6.	Difusión.....	220
7.2.7.	Marco de Análisis	220
7.3.	Herramientas para recoger información	222
7.3.1.	Entrevista Semiestructurada.....	222
7.3.2.	Protocolo de Observación	225
7.3.3.	Protocolo de Escucha	228
7.3.4.	Documentación Oficial	228
7.3.5.	Tabla resumen de herramientas y métodos de recolección de información	229
7.4.	Cronograma de la investigación	230
CAPÍTULO V		231
LA RADIO UNIVERSITARIA EN COLOMBIA.....		231

8. Aclaración metodológica al proceso de recogida de información y análisis.....	231
9. Análisis de la radio universitaria en Colombia.....	235
9.1. Región Andina	240
9.1.1. Universidad Nacional de Colombia: UN Radio Bogotá, Un Radio Medellín y UN Radio Web	240
9.1.1.1. Variable Empresarial y Organizativa	240
9.1.1.2. Productiva.....	243
9.1.1.3. Programación y Contenidos	246
9.1.1.4. Distribución	260
9.1.1.5. Difusión	260
9.1.2. Universidad Javeriana: Javeriana Estéreo Bogotá y Javeriana Estéreo Cali	262
9.1.2.1. Variable Empresarial y Organizativa	262
9.1.2.2. Productiva.....	265
9.1.2.3. Programación y Contenidos	267
9.1.2.4. Distribución	283
9.1.2.5. Difusión	283
9.1.3. Universidad Jorge Tadeo Lozano: HJUT y Óyeme UJTL.....	285
9.1.3.1. Variable Empresarial y Organizativa	285
9.1.3.2. Productiva.....	289
9.1.3.3. Programación y Contenidos	293
9.1.3.4. Distribución	306
9.1.3.5. Difusión	307
9.1.4. Universidad Distrital Francisco José de Caldas: LAUD Estéreo.....	308
9.1.4.1. Variable Empresarial y Organizativa	308
9.1.4.2. Productiva.....	310
9.1.4.3. Programación y Contenidos	313
9.1.4.4. Distribución	322
9.1.4.5. Difusión	323
9.1.5. Universidad de la Sabana: Unisabana Radio	324
9.1.5.1. Variable Empresarial y Organizativa	324
9.1.5.2. Productiva.....	327
9.1.5.3. Programación y Contenidos	327

9.1.5.4. Distribución	338
9.1.5.5. Difusión	338
9.1.6. Universidad Santo Tomás: Escenario Radio.....	340
9.1.6.1. Variable Empresarial y Organizativa	340
9.1.6.2. Productiva.....	342
9.1.6.3. Programación y Contenidos	345
9.1.6.4. Distribución	353
9.1.6.5. Difusión	353
9.1.7. Universidad Nacional Abierta y a Distancia: UNAD Radio.....	354
9.1.7.1. Variable Empresarial y Organizativa	354
9.1.7.2. Productiva.....	358
9.1.7.3. Programación y Contenidos	360
9.1.7.4. Distribución	365
9.1.7.5. Difusión	365
9.1.8. Universidad Minuto de Dios: Uniminuto Radio	367
9.1.8.1. Variable Empresarial y Organizativa	367
9.1.9. Universidad Konrad Lorenz: Kom Radio	370
9.1.9.1. Variable Empresarial y Organizativa	370
9.1.9.2. Productiva.....	373
9.1.9.3. Programación y Contenidos	373
9.1.9.4. Distribución	380
9.1.9.5. Difusión	380
9.1.10. Universidad Politécnico Grancolombiano: Poli Radio	382
9.1.10.1. Variable Empresarial y Organizativa	382
9.1.10.2. Productiva.....	385
9.1.10.3. Programación y Contenidos.....	387
9.1.10.4. Distribución	392
9.1.10.5. Difusión	392
9.1.11. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Tunja: UPTC Radio	393
9.1.11.1. Variable Empresarial y Organizativa	394
9.1.11.2. Productiva.....	396
9.1.11.3. Programación y Contenidos.....	398
9.1.11.4. Distribución	407

9.1.11.5. Difusión	408
9.1.12. Universidad Industrial de Santander: UIS AM y UIS FM.....	409
9.1.12.1. Variable Empresarial y Organizativa	409
9.1.12.2. Productiva.....	411
9.1.12.3. Programación y Contenidos.....	411
9.1.12.4. Distribución	415
9.1.12.5. Difusión	415
9.1.13. Universidad Pontificia Bolivariana: Radio Bolivariana AM, Radio Bolivariana FM y Radio Católica Metropolitana.....	417
9.1.13.1. Variable Empresarial y Organizativa	417
9.1.13.2. Productiva.....	422
9.1.13.3. Programación y Contenidos.....	425
9.1.13.4. Distribución	440
9.1.13.5. Difusión	441
9.1.14. Universidad Francisco de Paula Santander: UFPS Radio y La UFM Stereo.....	442
9.1.14.1. Variable Empresarial y Organizativa	443
9.1.14.2. Productiva.....	445
9.1.14.3. Programación y Contenidos.....	449
9.1.14.4. Distribución	459
9.1.14.5. Difusión	460
9.1.15. Universidad de Antioquia: Red Radios Culturales y Altair.....	461
9.1.15.1. Variable Empresarial y Organizativa	463
9.1.15.2. Productiva.....	465
9.1.15.3. Programación y Contenidos.....	467
9.1.15.4. Distribución	477
9.1.15.5. Difusión	478
9.1.16. Universidad EAFTI: Acústica.....	479
9.1.16.1. Variable Empresarial y Organizativa	480
9.1.16.2. Productiva.....	481
9.1.16.3. Programación y Contenidos.....	483
9.1.16.4. Distribución	486
9.1.16.5. Difusión	486
9.1.17. Universidad de Medellín: Frecuencia U	486

9.1.17.1. Variable Empresarial y Organizativa	487
9.1.17.2. Productiva.....	488
9.1.17.3. Programación y Contenidos.....	490
9.1.17.4. Distribución	501
9.1.17.5. Difusión	502
9.1.18. Universidad Católica de Oriente: Sinigual.....	503
9.1.18.1. Variable Empresarial y Organizativa	503
9.1.18.2. Productiva.....	505
9.1.18.3. Programación y Contenidos.....	507
9.1.18.4. Distribución	511
9.1.18.5. Difusión	512
9.1.19. Universidad Autónoma de Manizales: Radio Cóndor	513
9.1.19.1. Variable Empresarial y Organizativa	513
9.1.19.2. Productiva.....	514
9.1.19.4. Distribución	519
9.1.19.5. Difusión	519
9.1.20. Universidad de Manizales: UM Radio.....	520
9.1.20.1. Variable Empresarial y Organizativa	520
9.1.20.2. Productiva.....	524
9.1.20.3. Programación y Contenidos.....	526
9.1.20.4. Distribución	530
9.1.20.5. Difusión	530
9.1.21. Universidad Tecnológica de Pereira: Universitaria Estéreo	531
9.1.21.1. Variable Empresarial y Organizativa	532
9.1.21.2. Productiva.....	533
9.1.21.3. Programación y Contenidos.....	535
9.1.21.4. Distribución	541
9.1.21.5. Difusión	542
9.1.22. Universidad del Quindío: La U.F.M. Estéreo	543
9.1.22.1. Variable Empresarial y Organizativa	543
9.1.22.2. Productiva.....	544
9.1.22.3. Programación y Contenidos.....	547
9.1.22.4. Distribución	553

9.1.22.5. Difusión	554
9.1.23. Universidad del Tolima: Tu Radio.....	555
9.1.23.1. Variable Empresarial y Organizativa	555
9.1.23.2. Productiva.....	558
9.1.23.3. Programación y Contenidos.....	561
9.1.23.4. Distribución	565
9.1.23.5. Difusión	565
9.1.24. Universidad Santiago de Cali: La Radio USC.....	567
9.1.24.1. Variable Empresarial y Organizativa	568
9.1.24.2. Productiva.....	570
9.1.24.3. Programación y Contenidos.....	571
9.1.24.4. Distribución	573
9.1.24.5. Difusión	574
9.1.25. Universidad del Valle: Univalle Estéreo.....	575
9.1.25.1. Variable Empresarial y Organizativa	576
9.1.25.2. Productiva.....	577
9.1.25.3. Programación y Contenidos.....	580
9.1.25.4. Distribución	591
9.1.25.5. Difusión	591
9.1.26. Universidad Antonio José Camacho: Radio UNIAJC	592
9.1.26.1. Variable Empresarial y Organizativa	593
9.1.26.2. Productiva.....	595
9.1.26.3. Programación y Contenidos.....	597
9.1.26.4. Distribución	602
9.1.26.5. Difusión	603
9.2. Región Caribe	603
9.2.1. Universidad del Norte: Radio Norte	603
9.2.1.1. Variable Empresarial y Organizativa	605
9.2.1.2. Productiva.....	606
9.2.1.3. Programación y Contenidos	606
9.2.1.4. Distribución	610
9.2.1.5. Difusión	611
9.2.2. Universidad Autónoma del Caribe: Radio Cultural Uniautónoma	612

9.2.2.1. Variable Empresarial y Organizativa	613
9.2.2.2. Productiva.....	615
9.2.2.3. Programación y Contenidos	617
9.2.2.4. Distribución	620
9.2.2.5. Difusión	621
9.2.3. Universidad de Cartagena: Emisora UdeC	621
9.2.3.1. Variable Empresarial y Organizativa	623
9.2.3.2. Productiva.....	626
9.2.3.3. Programación y Contenidos	628
9.2.3.4. Distribución	634
9.2.3.5. Difusión	635
9.2.4. Universidad de Cartagena Jorge Tadeo Lozano: K13 Radio	636
9.2.4.1. Variable Empresarial y Organizativa	636
9.2.4.2. Productiva.....	638
9.2.4.3. Programación y Contenidos	640
9.2.4.4. Distribución	643
9.2.4.5. Difusión	643
9.2.5. Universidad de Sucre: Unisucro FM Stereo.....	644
9.2.5.1. Variable Empresarial y Organizativa	644
9.2.5.2. Productiva.....	645
9.2.5.3. Programación y Contenidos	647
9.2.5.4. Distribución	651
9.2.5.5. Difusión	652
9.3. Región Amazonía	653
9.3.1. Universidad de la Amazonía: Radio Cultural Universidad de la Amazonía	653
9.3.1.1. Variable Empresarial y Organizativa	654
9.3.1.2. Productiva.....	655
9.3.1.3. Programación y Contenidos	658
9.3.1.4. Distribución	663
9.3.1.5. Difusión	663
10. La Radio Universitaria en Colombia: panorama general.....	664
10.1. Organización.....	664
10.2. Producción	667

10.3. Programación.....	670
CAPÍTULO VI.....	675
CONCLUSIONES	675
11. Conclusiones.....	675
12. Verificación de hipótesis.....	677
13. Futuras líneas de investigación.....	679
CAPÍTULO VII	681
PROPUESTA	681
14. Conceptualización y recomendaciones para la dirección de Radios Universitarias	681
14.1. Concepción del medio	681
14.1.1. Estructura Formal.....	681
14.1.2. Estructura Funcional	683
14.2. Dimensión Estratégica: planeación del medio.....	684
14.2.1. Objetivos y beneficios.....	684
14.2.2. Público Objetivo	686
14.2.3. Organización	686
14.2.4. Recursos humanos, técnicos y financieros.....	687
14.2.5. Concepción institucional.....	689
14.3. Dimensión Táctica: dirección de la actividad comunicativa	689
14.3.1. Estructuras de Producción.....	689
14.3.2. Estructura de programación	692
CAPÍTULO VIII.....	693
BIBLIOGRAFÍA	693
ANEXOS.....	704

Abstract

The University Radio in Colombia: Concepcion of structures of management, production and programming for the creation of a typology of direction of media

The universities have found in the mass media, and in concrete in the radio, a tool to relate to their environment, an instrument to inform the members of their academic communities and administrative staff, and also as a way to allow a practice space for their students of communication programs.

These media have had an exponential growth during last two decades. Growth that has given place to the creation of associations of university radio along Latin America and the Caribe, the United States or Europe: SIMPRIES (National System of Producers and Radioemisoras of University Institutions of Mexico), RRUC (Net of University Radio of Colombia), REUCH (Radioemisoras Universitarias of Chile), ARUNA (Association of Radioes of National Argentine Universities), RRUC (Net of University Radioes of the Ecuador), RRULAC (Net of University Radio of Latin America and the Caribbean), ARU (Net of University Radioes of Spain), Radio Campus France, RadUni (Association of University Radioes of Italy), Student Radion Sverige (EEUU), The Student Radio Association (UK) o SYN (Australian University Radioes), which seek to create links of identity to face a media environment in which they offer it's seems as an alternative of contents.

With a considerable number of university radios belonging to institutions of higher education of different character: public, private, state, local, lay, religious, cooperative, managerial, etc. We can deduce that there will be so many ways of doing radio, different aims and purposes, and different ways of managing the production of contents as existing institutions.

In order to understand what a university radio is, what manifestations they can have, is necessary to think about the following questions: which is the relation between the university and the media of communication? Which is the identity of a university radio? Is it possible to speak about the university radio as an informative company? How the media interacts in an institutional university context? How are their goals set? What and how is their benefit achieved? What is the information for the informative company? How are mass media related to their environment? How does it decided and produced their contents? What role does play this content in the structures of programming? How to define their public or target of interest?

The university broadcasting in Colombia has had a great presence along the history. In 1933 the University of Antioquia put Colombia as the second Latin-American country in having a university radio, the Universidad de la Plata, Argentina, was the first in 1923. (Novelli and Hernando, 2011).

The university radio is a communicative phenomenon that has had a great impact in the social panorama, reflect of this is the need to regulate the activity in Colombia. The article 16 of the Resolution 415 of 2010 classifies the service of sonorous broadcasting depending on the management of the service, the orientation of their programming, the area of coverage and the technology used in the transmission, establishing three big categories: issuers of Public Interest, though it is possible to find university radios with commercial license or radios that broadcast online without need to obtain license of emission.

The university radio in Colombia has imitated the media, and reshaped with the media panorama across cultural contents, as result of the influence of the cultural radio BBC; nevertheless, in the majority of the cases, it lacks of structural criteria in the direction and planning of the media. Likewise, these radios are hard to catalogue, because their diversity of contents, by the lack of an organizational structure, by the heterogeneity of the agents who intervene in their productive system, for the different legal names of the issuers, or for the variety of their audience.

We are before nebulous area that prevents a clear typology of the university radio: is university radio defined for their contents?, for their productive structure?, for the kind of public that is their audience?, or is university radio for their objectives?. This is the main obstacle for a clear methodology for the direction of university radio. In the majority of the issuers every director or person in charge in some ways imposes their own style, lacking to a great extent, of a few criteria and clear rules.

This research provides the bases that every director of university media must consider to be able to handle the human resources and the conception and design of the contents. All of these designed in order to achieve the goals raised by the University, being divulgative, promotional or formative purposes.

Therefore, this investigation has as general objective to determine the conception of the university radios in Colombia as media organizations, in order to propose a typology of radio and a methodology for the direction of this type of mass media.

The specific objectives are:

1. To propose taxonomy of university radios, from criteria that shapes the media.

2. To identify the aims of the university radios.
3. To establish a map with all the university issuers in Colombia that broadcast for Internet and / or broadcast frequency at present time.
4. To verify the degree of participation of the different agents who intervene in the structural and productive configuration of the university radio stations: teachers, students of different disciplines related to the media, administrative personnel and services, professional and other students and participants.
5. To identify the type of public that it's the target of the university radios in Colombia.
6. To determine the criteria of selection and organization of the contents in the programming's of the radio stations.
7. To specify the systems of funding of the university media.
8. To expose the juridical and administrative regulation of the communicative radio media in Colombia.
9. To identify the alliances and agreements within and across university radios.

The theoretical frame of this investigation has as methodological reference the structural-functionalism with which we established conceptual links in order to understand the informative company in three different levels:

1. In relation to the system.
2. In relation to the educational organization.
3. In relation to the degree of imitation between the configuration of their structures of programming and the structures of needs of their public.

The field work consisted of the withdrawal of primary and secondary information using as instruments the semi constructed interviews and the direct observation. The actor's participants of the above mentioned interviews were the principals of the universities (corporate dimension – strategic level) and the directors of the radios (productive dimension – tactical level).

Later, I analyze the information, having in account the tension between the subjectivity and the objectivity in the research of the social sciences field, as raised for Bueno, managing to conclude, in relation to the organizational structure the following things:

A university radio is a way of communication assigned organically to an institution of higher education:

- The link or organic dependence in charge of the radio will mark or define the general stamp of the university radio.
- It will prioritize their social function and their scope, with regard to the multiple aims or objectives they can have. It does not mean that a radio does not conceive different aims simultaneously, but it means that one will prevail above the rest. Let's not forget that a university radio reflects the universality of the knowledge (in teaching, research and the extension), their objectives and doing so it's reflected on their programming. For example there are university radios belonging to a Faculty, which will have a formative purpose with the students of communication programs, but also they will have a few intentions of spreading the culture and knowledge.
- The communication, in spite of being a structural and strategic element of the organizations, does not integrate (even by means of the participation in committees) the radio as media.
- The planning of the communicative activity is not elaborated from the strategic dimension. It is an action realized from the proper tactical dimension.

With regard to the productive structure:

- On having treated itself as an institution with a universal vision of the knowledge and of the world, this universality must be reflected on their structure of production: teachers, pupils and professionals of multiple disciplines.
- The university radios are sustained by the willfulness of their members.
- There are no formal mechanisms to link the teachers in to the productive structure of the issuer.
- The students are the principal productive element (human resource) of the issuer.
- There are no formative protocols for the production of contents: draft, script and radial realization.

In relation to the structure of programming the research concludes:

- The programming articulate the contents for means of mixed structures, in which musical striping combine with programs mosaic type, because of the proper

nature of the Institution of higher education. The radio must realize of a universe of contents.

- This universe of contents is related to different audience targets. For that reason there are no possibilities to articulate the programming with guidelines of consumption of dragging. A content that goes to a type of person perhaps is not interesting for the person that follows in the audience. Nevertheless, they tried to create logical transitions between contents. In this case the music plays a fundamental role.
- Though they handle different targets in audience, from the analogy of Otto Ghatt's Universality, we can affirm that they are profiles of public that are not affected neither by the armed conflict, the poverty nor the illiteracy. Therefore, they are public that have their physiological needs covered and those of safety and therefore they seek to cover a series of needs more on of type of affiliation, recognition and auto-realization. This is, of the half top of Maslow's Pyramid.
- The university radios, as industries of the conduct, focus their messages on a minority of the Colombian population.
- The aim of the issuers who emit for radio frequency is to spread the science and the knowledge and to spread the culture; in contrast to the issuers Web or online, that consider it more appropriate form to develop empirical capacities of the students.
- The university radio has found in the music their identity, as way of communication and as banner of a rich and varied culture. The Latin-American music looks for an identity as continent; and by means of the music of the pacific region, the oriental plains, Andean and Caribbean music, the exaltation of a nation that has been weaving their identity.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1. Radio y Universidad: identificando la esencia de la radio universitaria

Las universidades han encontrado en los medios de comunicación, y en concreto en la radio, una herramienta para relacionarse con su entorno, un instrumento para informar a sus comunidades docentes, discentes y administrativas y un medio de prácticas para sus estudiantes de comunicación.

Estos medios han tenido un crecimiento exponencial durante las dos últimas décadas. Crecimiento que ha dado lugar a la creación de asociaciones de radios universitarias por Latinoamérica y el Caribe, Estados Unidos o Europa: SIMPRIES (Sistema Nacional de Productoras y Radioemisoras de Instituciones de Educación Superior de México), RRUC (Red de Radio Universitaria de Colombia), REUCH (Red de Radioemisoras Universitarias de Chile), ARUNA (Asociación de Radios de Universidades Nacionales Argentinas), RRUC (Red de Radios Universitarias del Ecuador), RRULAC (Red de Radio Universitaria de Latinoamérica y el Caribe), ARU (Red de Radios Universitarias de España), Radio Campus France, RadUni (Asociación de Radios Universitarias de Italia), Ustation.it (Radios Universitarias Italianas), Student Radion Sverige (EEUU), The Student Radio Association (UK) o SYN (Radios Universitarias Australianas), que buscan crear vínculos de identidad ante un panorama mediático en el que se ofrecen como una alternativa de contenidos.

Con un número considerable de radios universitarias pertenecientes a instituciones de educación superior de diferente carácter: público, privado, estatal, distrital, laicas, religiosas, cooperativas trabajadoras, empresariales, etc. podemos deducir que habrá tantas formas de hacer radio, de enfocar los objetivos, de gestionar la producción de contenidos como instituciones de educación superior existentes.

Para entender qué es una radio universitaria, qué manifestaciones puede tener, es necesario reflexionar sobre las siguientes cuestiones: ¿Cuál es la relación entre la universidad y el medio de comunicación? ¿Cuál es la identidad de una radio universitaria?

Cuando nos referimos a radio universitaria, hemos de tener presentes dos elementos de identidad. Por un lado, la radio como medio de comunicación, como empresa informativa. Por otro, como una dependencia inscrita en una institución de educación superior. Para entender la relación entre estos dos elementos debemos conocer sus características, su razón de ser y sus objetivos.

La radio universitaria es un medio de comunicación, con mayor o menor grado de estructuración, enmarcado en la industria de la información, pues se organiza a partir de unos preceptos productivos, teniendo como objetivo la información, el servicio público de comunicar. Objetivo que, independientemente de si se inscribe en una institución pública o privada, estará orientado a alcanzar algún tipo de beneficio, ya sea económico, político o social. Entonces, ¿se puede hablar de la radio universitaria como una empresa informativa?

En las Ciencias Sociales, y en concreto en las Ciencias de la Comunicación, se encuentran múltiples disciplinas que aportan su particular matiz al término Empresa. La economía, el periodismo, la filosofía, la sociología o la política determinarán en uno o en otro sentido el concepto en el que se enmarcará la actividad periodística.

Realizando una consulta al primer recurso normativo-conceptual, en el *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*, apreciamos la esencia del término empresa: “Acción o tarea que entraña dificultad y cuya ejecución requiere decisión y esfuerzo”. Señala que es un *desempeño o hacer* que implica conocimiento y dedicación. Si continuamos analizando la segunda acepción que recoge la RAE, “Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos”, nos encontramos un nuevo matiz que incorpora la noción económica, industrial, comercial y de manufactura. Por tanto, y como punto de partida, podemos afirmar que la Empresa es un actividad organizada y planificada para lograr un fin en un entorno social.

Conceptualizando el término Información, como parte del binomio Empresa Informativa, en la primera acepción recogida en la RAE -la definición “Acción y efecto de informar”-, apreciamos que informar se refiere a “la sustancia de algo”, así como “enterar, dar noticia de algo”. En su quinta acepción la RAE matiza: “Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada”. Por tanto: acción estructurada en torno a una intención.

Aunando Empresa e Información, ya podríamos conformar una idea del concepto con el que trabajaremos. La Empresa Informativa es “aquella especie del sujeto organizado de la información, cuyo fin consiste en satisfacer la necesidad social de información mediante la actividad de creación, edición y difusión de informaciones e ideas, utilizando medios humanos, elementos técnicos y materiales, recursos económicos y relaciones comerciales en un mercado” (Tallón, 1992: 153). En esta definición la Empresa Informativa es una entidad organizada y creada para llevar a cabo una función social: **informar a la sociedad**.

Otra definición de Empresa Informativa es la de aquellos organismos que “producen y distribuyen un producto (los mensajes) y, a continuación, para vender ese producto, seleccionan audiencias y desarrollan estrategias de mercado, promoción y venta para llegar a esas audiencias (Lavine & Wackman, 1992: 25). Esta definición ya aporta un objetivo, al hacer hincapié en la dimensión mercantil de la empresa: crea un producto (información) y lo vende a un consumidor (audiencia).

Desde el concepto economicista, el cual impera en la mayoría de los tratados de esta materia, los autores lo definen como el “conjunto organizado de actividades personales, medios económicos y materiales, y relaciones comerciales, con propósito de obtener beneficios, para la consecución de una idea de producción de bienes o prestación de servicios con destino al mercado” (Nieto e Iglesias, 1993: 8). En esta definición se plasma claramente el propósito de la Empresa Informativa: obtener beneficios. Beneficios que, dependiendo de la titularidad o fin que cumpla esa institución, pueden ser **económicos, políticos, sociales**, etc.

En todas estas definiciones, la empresa se enmarca en un entorno social y hace referencia a procesos mercantiles de la información. Pero, ¿qué papel juega la Empresa Informativa en el sistema, más allá de un mero productor de servicios con su público? Definimos la Empresa Informativa como un subsistema del sistema industrial comunicativo de la sociedad, que planifica en función de la selección de concomitancias que se generan en el entorno, con la misión de producir información para reducir la entropía del sistema social. Es decir, para reducir su desorden y complejidad. Y funciona dentro del sistema como un elemento estructurado de éste, que realiza cuatro funciones fundamentales: selecciona contenidos, los estructura, los interpreta y los

devuelve al sistema, pero no al sistema en su totalidad, sino a su Público Objetivo (Ventín Pereira, 2004).

Por tanto, la empresa informativa se diferencia de otras empresas por su carácter de mediación interpretativa de la realidad. Selecciona e interpreta los acontecimientos generados en la dinamicidad del sistema, para luego, a partir de unos **criterios finalistas**, devolverlos a la sociedad. Pero no en su totalidad, sino a una selección determinada de la misma: al segmento social sobre el que quiere influenciar para obtener su beneficio.

En definitiva, la empresa informativa está enmarcada en la industria de la información que planteará y definirá una serie de objetivos para lograr unos determinados beneficios. Pero, ¿cómo interactúa el medio de comunicación en un contexto institucional universitario? ¿Cómo se determinan sus objetivos? ¿Qué y cómo se logra el beneficio? ¿Qué es la información para la empresa informativa? ¿Cómo se relacionan los medios de comunicación con su entorno? ¿Cómo se dirige y gestiona la producción de contenidos? ¿Qué papel juega este contenido en las estructuras de programación? ¿Cómo definir los públicos objetivos?

El presente corpus se basa en tres tipos de saberes con los que explicar, predecir y describir las relaciones sistémicas entre los hechos objeto de análisis de la investigación doctoral: *La Radio Universitaria en Colombia: concepción de sus estructuras de gestión, producción y programación para la creación de una tipología de dirección de medios*.

El primer de los saberes es **operativo**, que recoge los conocimientos empíricos frutos de la actividad profesional. En este caso, se ha de mencionar que el investigador de esta tesis doctoral ha dirigido dos medios de comunicación radiofónicos: Radio Complutense y Unión Madrid Radio. Un segundo tipo de conocimiento es el **normativo**, centrado en la forma en la que deben operar la industria informativa a un nivel legislativo, deontológico, etc. Y, finalmente, el tercero corresponde al de las **teorías sociales** que implican el análisis sistémico de la naturaleza humana, su funcionamiento y los efectos de la comunicación social (Iguarte & Humanes, 2004).

Por tanto, la presente investigación tiene como objeto de estudio la dirección de las radios universitarias de Colombia. Objeto de estudio que implica analizar a la empresa

como una “estructura dinámica, históricamente condicionada que actúa, en el contexto de distintos sistemas, para la consecución de un fin determinado” (Ventín, 1994, 14). Un fin determinado que el director de la empresa informativa deberá alcanzar mediante la planificación y coordinación de la actividad comunicativa, enmarcada en el contexto de las instituciones de educación superior.

Para desarrollar el marco teórico de esta investigación nos adentraremos en el Estructural-Funcionalismo, con el que pretendemos buscar una referencia conceptual para comprender la empresa informativa en tres niveles diferentes:

1. En relación al sistema.
2. En relación a su organización.
3. En relación al grado de mimesis entre la configuración de sus estructuras de programación y las estructuras de necesidades de sus públicos objetivos.

Analizaremos la empresa informativa como subsistema del sistema industrial comunicativo según el Doctor y profesor José Augusto Ventín Pereira, como una sistemática específica para investigar las relaciones entre sociedad – comunicación – empresa informativa. Para eso, aplicaremos el funcional estructuralismo como un método de análisis.

Para comprender la dimensión organizativa de la Empresa Informativa, recurriremos a autores como José Tallón, Ward L. Quaak y Leo A. Martín, Mooney o Davis. Para definir la naturaleza de la función directiva consultaremos a Gerald J. Cohen y Stephen R. Cover. Función directiva que contextualizaremos en las industrias de la comunicación a partir de la noción de estrategia y táctica de Andrea Zerilli y de la gestión de la producción de contenidos del profesor José Augusto Ventín Pereira.

Para entender las dimensiones estructurales, miméticas y de fidelización entre la información, como un proceso manufacturado, y el Público Objetivo, recurriremos a Aristóteles, Descartes, Böckelmann, Spinoza, Luhman y Otto Groth.

Para entender la relación entre el medio de comunicación y las instituciones de educación superior, analizaremos la función social de la Universidad en Latinoamérica.

Repasaremos la historia de la radio universitaria en el Mundo en general y en Latinoamérica en particular.

Terminaremos el marco teórico con un contexto histórico, demográfico y social de Colombia para entender y contextualizar la actividad comunicativa de las radios universitarias.

1.1. Justificación

La radiodifusión universitaria colombiana ha tenido una gran presencia a lo largo de la historia. En 1933 la Universidad de Antioquia puso a Colombia como el segundo país latinoamericano en contar con una radio universitaria, siendo la primera emisora la de la Universidad de la Plata, en Argentina, en 1923 (Novelli & Hernando, 2011).

La radio universitaria es un fenómeno comunicativo que ha tenido tanta incidencia en el panorama social, que en Colombia se ha regulado este tipo de actividad. El artículo 16 de la Resolución 415 de 2010 clasifica el servicio de radiodifusión sonora en función de la gestión del servicio, la orientación de su programación, el área de cobertura autorizada y la tecnología de transmisión utilizada, estableciendo tres grandes categorías: emisoras de Interés Público, Comerciales y Comunitarias. La legislación cataloga las radios universitarias dentro de las emisoras de Interés Público, si bien es posible encontrar emisoras universitarias con licencia comercial o radios que emiten por Internet sin necesidad de obtener licencia de emisión.

La radio universitaria Colombiana se ha integrado de forma mimética en el panorama mediático a través de contenidos denominados culturales, fruto de la influencia de la radio cultural BBC (Garay, 2007:); sin embargo, en la mayoría de los casos, carece de unos criterios estructurales en la dirección y planificación del medio. En muchos casos, las radios colombianas no se han podido catalogar por la variedad de contenidos, por la falta de una estructura organizativa, por la heterogeneidad de los agentes que intervienen en su sistema productivo, por las diferentes titularidades jurídicas de las emisoras o por la variedad de su audiencia. Nos encontramos ante una nebulosa que obstaculiza tipificar la radio universitaria: ¿es universitaria por sus contenidos, por su estructura productiva, por la audiencia a la que se dirige o por sus objetivos? Esto mismo es lo que ha impedido llevar a cabo una actividad de dirección de radios universitarias con una metodología clara. En la mayoría de las emisoras cada director o responsable del medio impone su estilo careciendo, en gran medida, de unos criterios y preceptos claros.

Este trabajo de investigación sentará las bases que todo director de medios universitarios debe plantear para saber manejar el cuerpo productivo de la emisora y la concepción y diseño de los contenidos. Y todo destinado a lograr las metas planteadas por la Universidad, ya sean con fines divulgativos, promocionales o formativos.

Por tanto, investigaremos las radios universitarias colombianas por los siguientes motivos:

1. Es un fenómeno no estudiado en Colombia, a pesar de ser una actividad de gran influencia.
2. Es la primera investigación aplicada que busca generar una metodología en la dirección de medios de comunicación radiofónicos universitarios.
3. El investigador tiene un vínculo con este medio, al haber sido coordinador general de Radio Complutense y coordinador del Instituto Universitario de Comunicación Radiofónica de la Universidad Complutense de Madrid.
4. El autor es profesor de tiempo completo en el área de radio en el programa de Comunicación Social-Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

1.2. Objetivos

La investigación “*Radio universitaria en Colombia: concepción de sus estructuras de gestión, producción y programación para una tipología de dirección de medios*” tiene como objetivos:

General

1. Determinar la concepción de las radios universitarias en Colombia como organizaciones mediáticas que se mueven en instituciones universitarias de educación superior, para proponer una tipología de radio y una metodología en la dirección de esta clase de medios de comunicación.

Específicos

1. Proponer una taxonomía de radios universitarias, a partir de criterios configuradores del medio.
2. Identificar los objetivos de las radios universitarias.

3. Establecer un mapa con todas las emisoras universitarias en Colombia que emiten por Internet y/o radio frecuencia en la actualidad.
4. Comprobar el grado de participación de los diferentes agentes que intervienen en la configuración estructural y productiva de las emisoras de radio universitarias: docentes, alumnos de las áreas de estudio afines al medio, personal de administración y servicios, profesionales y otros estudiantes y participantes.
5. Identificar el tipo de Público Objetivo de las radios universitarias en Colombia.
6. Determinar los criterios de selección y organización de los contenidos en las programaciones de las emisoras de radio.
7. Especificar los sistemas de financiación de las emisoras universitarias.
8. Exponer la normativa jurídica y administrativa de la actividad comunicativa radiofónica en Colombia.
9. Identificar las alianzas a través de convenios y uniones de radios universitarias.

1.3. Formulación de Cuestiones

- ¿Qué es una radio universitaria?
- ¿Qué tipos de radios universitarias hay?
- ¿Qué objetivos persiguen las radios universitarias?
- ¿Qué relación hay entre una radio universitaria y la institución de educación superior a la que pertenece?
- ¿Una radio universitaria puede ser considerada una empresa informativa?
- ¿Cómo se estructura una radio universitaria?
- ¿Qué tipo de integrantes participan en ella?
- ¿Cuál es el papel del director?
- ¿Qué contenidos manejan?
- ¿Qué tipo de audiencia tienen?
- ¿Las radios universitarias pueden tener beneficios? ¿De qué clases?
- ¿Cómo hay que plantear la actividad directiva para alcanzar los objetivos de la emisora?

1.4. Hipótesis

- La dirección de las radios universitarias es una actividad desarrollada a partir de la experiencia y de la intuición de cada director, basada en el ensayo y error, debido a una ausencia de criterios o preceptos metodológicos.
- No hay implementada una articulación estratégica entre la institución de educación superior y el medio de comunicación universitario.
- No existe una correlación clara en la conformación de las estructuras de contenidos y las estructuras de necesidades de los públicos objetivos de las radios universitarias.

1.5. Avance de la metodología

Definiremos, en primer lugar, el objeto de estudio para, a partir de él, plantear el método que seguiremos. Este primer momento debe incluir una **delimitación temporal y espacial** que corresponde al ámbito universitario nacional de Colombia como espacio geográfico y a las actividades y contenidos programáticos de las universidades comprendidas entre julio de 2013 y julio de 2014.

A lo largo del desarrollo de la investigación **revisaremos exhaustivamente la bibliografía** relacionada con el objeto de estudio que incluya el análisis del estado de la cuestión, de tal manera que sea posible construir el marco teórico de la investigación. De esta manera, estableceremos cuáles son los documentos útiles a la investigación como herramientas teóricas cualitativas en los temas de interés: dirección de medios, programación radiofónica, gestión de medios, planteamiento metodológico para crear una programación radiofónica y conceptos teóricos tales como Público Objetivo, Empresa Informativa, Radio Universitaria, legislación, etc.

Dicha revisión teórica nos permitirá un acercamiento al caso práctico de investigación que ya hemos expuesto en el título de la tesis. Después de establecer los diferentes conceptos clave de la investigación, utilizaremos **herramientas de análisis** que permitan estructurar el panorama mediático, sus sistemas de organización y gestión, la participación de sus agentes productivos y su programación para relacionarla con su Público Objetivo. Para eso llevaremos a cabo operaciones de **recopilación de fuentes** hemerográficas, realizaremos entrevistas semiestructuradas con los responsables de la dirección de las emisoras y con los representantes académicos en los que se suscribe la radio. Igualmente emplearemos fuentes estadísticas que permitan determinar el

panorama demográfico en el que se enmarca el Público Objetivo de estas emisoras. Dichas herramientas corresponden a datos demográficos, económicos, sociales, etc., que analizaremos para identificar las necesidades existentes. De esta manera, basamos la presente investigación en **herramientas cualitativas y cuantitativas de análisis** y en recopilar información primaria y secundaria.

Por otra parte, es necesario abordar la investigación desde una **metodología multidisciplinar** que permita realizar un análisis holístico de la situación histórica y actual de las radios universitarias en Colombia, teniendo en cuenta los aspectos sociales, económicos, jurídicos e, incluso, tecnológicos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2. La Empresa Informativa desde un enfoque Sistémico

La presente investigación parte de una concepción sistémica, en la que “la empresa informativa se organiza y se estructura como una necesidad de la sociedad en evolución” (Ventín, 1994: 15). Esta adaptación del orden económico, político, cultural, y en definitiva, social, necesita una adecuación de sus formas comunicativas, de tal manera que en cada época se configure un sistema de comunicación con el que se garantice la conservación de la organización en la que se desarrolla. Esto se resume en un sistema complejo que tiene una diferenciación funcional de los elementos que la componen, con cierto grado de autonomía y elasticidad y con una extensa disposición de las relaciones de intercambio con las que lograr la conservación de los roles y la dinamicidad necesaria (Ventín, 1994).

Para comprender el papel que desempeña una empresa informativa, como un elemento funcional del entorno social, primero debemos comprender qué es un **sistema**, de qué partes está **compuesto** y qué **funciones** lleva a cabo.

Sistema, desde una dimensión etimológica, procede de las palabras griegas “Système”, que significa conjunto, y de “Synistemi”, reunir. Por tanto, viene a significar un conjunto ordenado y cohesionado de un número de elementos cualesquiera. De esta forma puede hablarse de diferentes tipos de sistemas: planetario (conjunto de cuerpos celestes), sistema económico (elementos y actores productivos), sistema social (agregado de personas e interacciones), etc. En su forma más simple, se podría definir un sistema como “conjunto de elementos interrelacionados que llevan a cabo una cierta función y cuya nota más característica es que su totalidad no coincide con la suma de las partes” (Parra Luna, 1983: 64).

Todo sistema se organiza para su propia conservación. La sociedad, como sistema, también llevará a cabo una serie de acciones para lograr tal fin. El Funcional Estructuralismo nos planteará una metodología de investigación para entender cuáles son esos mecanismos a través de los cuales se mantendrá un orden estructural y funcional, del que la empresa informativa forma parte.

2.1. Estructural Funcionalismo como método de análisis

Talcott Parsons define cuatro prerequisites funcionales de todo sistema de acción: adaptación, consecución de metas, integración y mantenimiento de patrones. El incumplimiento de alguna de esas funciones, llevaría a una sociedad a su desintegración. Si no se produce una función de adaptación, determinada por sus características demográficas, el desmembramiento y la dispersión de sus integrantes supondría una amenaza para su existencia. Una reducción de la población podría dejar sin capacidad operativa sus estructuras. Una falta de motivación, llevada a su máximo grado, podría hacer que los componentes del sistema fueran inoperativos. Una sociedad en la que no impere el acuerdo, el consenso, terminaría desestructurada. La fuerza, para el estructuralismo, como mecanismo de control de conflictos, no sería una medida duradera y estable. Por último, una sociedad puede desintegrarse mediante la absorción y anexión a otra sociedad (Ritzer, 1998).

Ritzer (1998: 111-116) resume, según los criterios estructuralistas, las características que toda sociedad debe tener para sobrevivir:

- Capacidad de relación con su entorno, a nivel ecológico y a nivel relacional intersocietal.
- Capacidad de relación sexual, que permita una tasa adecuada de reproducción y, por ende, de individuos con intereses y aptitudes con lo que se logra el funcionamiento de las estructuras sociales.
- La sociedad requiere la tipificación y designación de roles mediante la estratificación.
- La existencia de un sistema comunicativo mediante el que interactuar. Se logra a través de unos sistemas de símbolos compartidos que los individuos van interiorizando durante su proceso de socialización.
- Orientaciones comunes mediante un sistema individual de valores aceptados por la sociedad. Esto permite la cohesión en la medida que logra predecir las acciones de sus individuos y en que comparten una cosmovisión.
- Metas comunes. Este es otro factor necesario para la permanencia de la sociedad. En tanto que se tiene un conjunto compartido y articulado de metas (felicidad, éxito, competencia, etc.) se garantiza una sociedad cohesionada.

- Para lograr la acción en el logro de esas metas se requiere un sistema normativo. De lo contrario, la sociedad podría incurrir en caos, apatía o anomía. Si se puede alcanzar una meta por cualquier medio, se produciría desorden social.
- Control y normalización sobre las expresiones afectivas, pues una manifestación descontrolada podría generar caos.
- Procesos de socialización de los nuevos miembros. Cada nuevo individuo debe conocer el sistema de valores, de símbolos culturales, su lugar en la estratificación, las metas compartidas, su normalización, y la regulación de los estados afectivos. De lo contrario, la sociedad no sería posible.
- Un último requisito para la permanencia de la sociedad como sistema, sería el control sobre los procesos que conduzcan a la desintegración de la estructura. Si los miembros socializan e interiorizan todos estos factores, se garantiza la supervivencia de la sociedad. De lo contrario, entrarían en escena esos mecanismos de control: desde el rechazo de los individuos como una posición latente de control, hasta las instituciones estructuradas y funcionales para tal fin: cuerpos de seguridad del Estado.

Talcott Parsons definió un esquema mediante el cual el sistema regula los mecanismos de acción funcional: adaptación, logro de metas, integración y latencia. Para Rocher (1975:40), una función es “un conjunto de actividades dirigidas hacia la satisfacción de una o varias necesidades del sistema”.

Parsons define cuatro acciones, a partir del esquema AGIL, que todo sistema debe realizar para sobrevivir (citado por Ritzer, 1993:116):

- **Adaptación.** Todo sistema debe satisfacer las exigencias situacionales externas. Debe adaptarse a su entorno y adaptar el entorno a sus necesidades.
- **Capacidad para alcanzar metas.** Todo sistema debe definir y alcanzar sus metas primordiales.
- **Integración.** Todo sistema debe regular la interrelación entre sus partes constituyentes. Debe controlar también la relación entre los otros tres imperativos funcionales (adaptación, capacidad para alcanzar metas y latencia o mantenimiento de patrones).

- **Latencia.** Todo sistema debe proporcionar, mantener y renovar la motivación de los individuos y las pautas culturales que crean y mantienen la motivación.

Parsons plantea este esquema como una herramienta conceptual para analizar los sistemas sociales dentro del marco de la acción (Parsons, 1951). Ritzer (1993) señala que “en su nivel más general, los cuatro imperativos funcionales están vinculados con los cuatro sistemas de acción” (p. 407).

- **Organismo.** Es el sistema de acción que realiza la actividad de adaptación mediante el ajuste o transformación del entorno.
- **Sistema de la Personalidad.** Tiene como función cumplir las metas a través de la definición de los objetivos del sistema y de la disposición de los elementos necesarios para alcanzarlos.
- **Sistema social.** Tiene como actividad la integración mediante el control de los elementos que lo compone.
- **Sistema cultural.** Tiene la función de dotar a los agentes las normas y valores necesarios para llevarles a la acción.



Elaboración Propia

Este marco se centra en la orientación de uno o más agentes hacia una situación que comprenda a otros agentes. En él se “analiza la estructura y procesos de los sistemas

constituidos por las relaciones de esas unidades con sus situaciones, incluyendo otras unidades” (Parsons, 1951, p.15-16).

Parsons diferencia tres clases de objetos: “sociales”, “físicos” y “culturales”. El social es un actor que actúa como referencia en sí mismo (ego), que puede ser otro dado (alter) o una colectividad. El físico es un elemento(s) que no interactúa con el ego ni responde al ego, sino es una condición de la acción del ego. Los culturales son ideas, símbolos o modelos de valor presentes como una orientación por parte del ego, pero que no forman parte de la estructura de la personalidad del ego (Parsons, 1951).

Parsons concibe el sistema social de la siguiente manera:

Un sistema social –reducido a los términos más simples- consiste, pues, en una pluralidad de actores individuales que interactúan entre sí en una situación que tiene, al menos, un aspecto físico o de medio ambiente, actores motivados por una tendencia a <<obtener un óptimo de gratificación>> y cuyas relaciones con sus situaciones –incluyendo a los demás actores- están mediadas y definidas por un sistema de símbolos culturales estructurados y compartidos. (Parsons, 1951: 17)

Para Parsons, gracias a la Cultura se mantienen unidos los múltiples elementos del sistema de acción. La cultura ejerce de mediación entre los agentes e integra la personalidad y los sistemas sociales. Este sistema llega a formar parte de otros sistemas. Si bien la cultura se materializa en normas y valores, en el sistema de personalidad se integra en el agente. Por su parte, en el de Personalidad influyen los sistemas de cultura y social. Para Parsons (citado por Ritzer, 1993: 123), la “estructura de la personalidad se deriva de los sistemas sociales y culturales a través de la socialización, la personalidad se convierte en un sistema independiente mediante las relaciones que mantienen con su propio organismo y debido a la particularidad de su propia experiencia vital”.

Las sociedades cuentan con estructuras capaces de ser analizadas, la unidad básica para el análisis social de las estructuras es la constituida por el Status Social (Parsons, 1951), es decir, un complejo de aspiraciones ligadas a una determinada situación social. Las relaciones entre éstos, en relación con determinados ámbitos institucionales, queda expresada mediante el concepto de función. Pero un análisis estructural, por completo que sea, no le dice a uno todo lo que desea sobre un objeto, sino sólo sobre las partes del objeto y cómo se relacionan con otras que no son componentes. Por otro lado, las estructuras sociales abarcan más de lo que son en sí mismas. Proceso y transformación

componen su condición y éstas con categorías supraestructurales. Es decir, habría que subordinar el análisis estructural a las formas estructurales determinadas por los procesos de transformación (Ventín, 2003: 76).

Desde un punto de vista del sistema social de Parsons, parece como si los procesos de análisis sólo fueran posibles descompuestos en sus elementos estáticos, como si hubiera un elemento fundamental estático que se transforma, y fuerzas que provocan la transformación, y, buscando esas fuerzas dinámicas, Parsons introduce la categoría de función subordinándola a la estructura. El análisis estructural-funcional ha descuidado, pues, el estudio de las transformaciones sociales. Las estructuras no sólo son mutables sino que crecen por sí de manera constante y crean fuerzas determinantes de su transformación. Hay determinados grupos que al entrar en conflicto originan el cambio de las instituciones y valores existentes.

Merton planteó una crítica a Parsons, y es que podrían darse alternativas funcionales y estructurales que desestabilizaran y produjeran el cambio en la sociedad. Merton (Ritzer, 1993) “especificó claramente que el análisis estructural-funcionalista debía partir del estudio de los grupos, las organizaciones, las sociedades y las culturas” (p. 129). Hasta entonces, el funcionalismo analizaba únicamente las funciones que cumplían una estructura para otra, pero Merton planteaba que este análisis no diferenciaba los “motivos subjetivos” de los agentes con las funciones de las estructuras.

Esas funciones, según Merton (1949), son las consecuencias observadas que favorecen la adaptación o ajuste de un sistema dado”. Para Ritzer “hay un claro sesgo ideológico cuando uno se centra exclusivamente en la adaptación o el ajuste, porque invariablemente se trata de consecuencias positivas” (1993: 129). Por tanto, sí puede haber hechos negativos. Para analizar esa falla del funcional estructuralismo, Merton planteó el concepto de Difusión: “del mismo modo que las estructuras o las instituciones podían contribuir al mantenimiento de las diferentes partes del sistema social, también podrían tener consecuencias negativas para ellas” (Ritzer, 1993:129).

Merton explica a través de la Anomia, la conducta divergente entre la estructura social y la cultura, como una reacción a la coyuntura social en la que se encuentra un individuo o individuos, y no como una tendencia biológica diferente, como exponía hasta entonces el funcionalismo y la psicología (Merton, 1949).

Hay dos elementos fundamentales en las estructuras sociales y culturales: uno son los objetivos considerados legítimos por los integrantes de la sociedad, que contemplan diferentes niveles de importancia; y el segundo determina la forma de lograr esos objetivos: “muchos procedimientos que desde el punto de vista de los individuos particulares serían más eficaces para alcanzar valores deseado – el ejercicio de la fuerza, el fraude, el poder- están prescritos de la zona institucional de la conducta permitida” (Merton, 1949: 211). Por tanto, la anomia se produce cuando hay una separación abrupta entre los objetivos y las normas estructuralmente aceptados para lograrlos.

De esta forma, Merton analiza “las estructuras sociales (y culturales), pero no se centra de manera exclusiva en las funciones de esas estructuras”, a diferencia de Parsons, vinculando “la anomia con la desviación de manera que las disyunciones entre cultura y estructura tienen la consecuencia disfuncional de conducir a la desviación dentro de la sociedad” (Ritzer, 1993: 135).

De forma opuesta a la teoría del consenso, en la que el Estructural Funcionalismo plantea un sistema estático, regido por normas, valores y moralidad aceptada, en la que cada elemento que compone el sistema contribuye a su estabilidad, la teoría del conflicto, con Ralf Dahrendorf como referente, contemplan elementos constantes que conducen al cambio y a la desintegración del sistema. La teoría del conflicto sostiene que el orden que se puede dar en una sociedad es fruto del ejercicio de elementos de control y de presión con los que forzar las conductas sociales.

Para Dahrendorf (1957) esa presión supone la existencia de autoridad y poder por parte de unas posiciones de la sociedad sobre otras, de forma que analizará la estructura y el conflicto entre esas posiciones. Esa autoridad no es un elemento intrínseco a los individuos que sustentan esa posición, sino a la posición misma. Y es que Dahrendorf considera que la sociedad está compuesta por múltiples unidades: asociaciones imperativamente coordinadas. “Se trata de asociaciones de personas controladas por una jerarquía de posiciones de autoridad. Como en la sociedad hay muchas asociaciones de este tipo, un individuo puede ocupar simultáneamente una posición de autoridad en una y una posición subordinada en otra” (Ritzer, 1993: 142).

Dentro de cada asociación existen únicamente dos grupos de conflicto: el compuesto por la autoridad y el compuesto por los individuos subordinados. Los primeros actuarán

siempre motivados por mantener su posición, mientras que los subordinados procurarán el cambio (Dahrendorf, 1957).

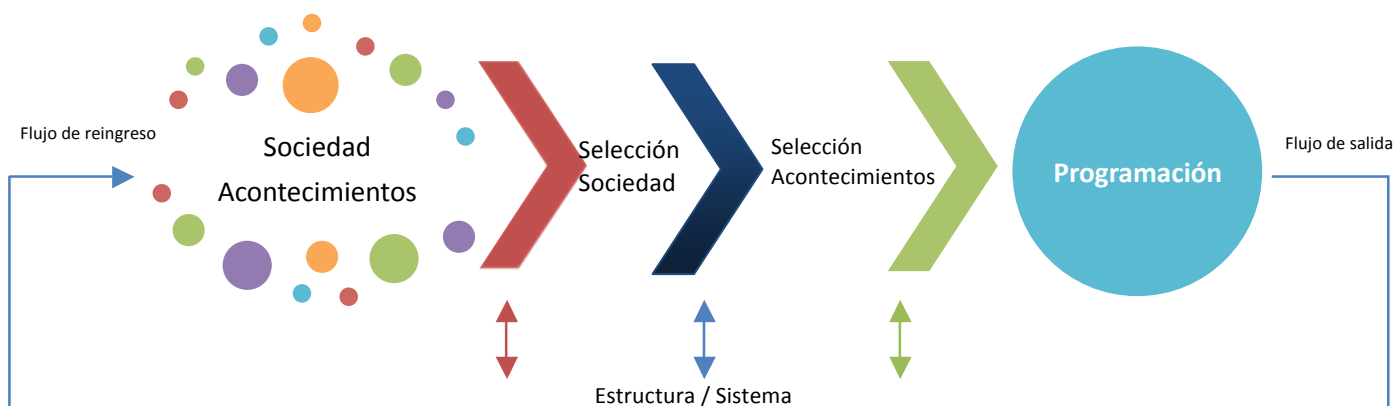
Por tanto, ¿qué elementos debe tener presente la Empresa Informativa, en particular la radiofónica, a partir de una concepción social del orden basada en el consenso y en el conflicto?

Expuesta la concepción funcional estructural de Parsons, desde un enfoque macro entre las relaciones sociales, según Ventín Pereira (2003), la empresa informativa recrea los ámbitos sociales en los que se mueve su Público Objetivo, es decir, las estructuras sociales, a partir del marco de acción social de Parsons:

- Representa las estructuras en que se enmarca la actividad.
- Representa la actividad o dinamicidad del sistema.
- Relaciona la interacción entre la estructura y la dinamicidad.

La empresa informativa replicará la estructura social a partir de una estructura de contenidos: Programación. Desde una dimensión mertoniana, la programación radiofónica se determinará mediante las unidades esenciales (individuos) conectados por las redes de relación social (nexos) en un todo unificado. El profesor José Augusto Ventín Pereira (2003) aplicará los postulados de Merton en la programación de la siguiente forma:

- Unidad funcional. El grado de unificación es una variable empírica que cambia para la misma sociedad de un tiempo a otro y para sociedades diferentes. Todas las sociedades deben tener algún grado de unificación, que será el mismo de la programación.
- Funcionalismo universal. Todas las formas programáticas estandarizadas tienen funciones positivas.
- Segmento



Elaboración Propia

La anomia, en los contenidos programáticos, supondría el “suicidio” de la empresa informativa, “sólo se podría aceptar en los procesos revolucionarios, que lo que buscan es el cambio” (Ventín, 2003: 84). La teoría del conflicto de Dahrendorf (Ventín, 2003: 89) ofrece la ubicación de las tensiones sociales según los grados de interés y necesidad.

Por tanto, si entendemos la organización de la empresa informativa como una necesidad para la evolución concreta del sistema social en que opera, como un elemento estructural y, por lo tanto, como subsistema del mismo, es necesario considerar que su función específica se realiza a través de la información y ésta se presenta ante la sociedad como un objeto formal organizado (por ejemplo, la noticia).

La función, de naturaleza estructural y, por lo tanto, inseparable del sujeto que la desempeña, no debe ser confundida con los efectos que la empresa planifica y consigue a través de su objeto formal (contenido, información). La función forma parte de la esencia de la empresa informativa, de su ser estructural y emana de su ubicación en el sistema social en el que se integra, de las relaciones de interrelación y de dependencia con el mismo y de las relaciones que se establecen con los subsistemas con los que interactúa.

2.2. Perspectiva filosófica de la industria de la información como elemento estructural y funcional del sistema

La comunicación, como todo proceso de aprehensión de datos y, por lo tanto, de adquisición de conocimiento, cumple las reglas de la pedagogía en la que la empresa informativa hace las funciones del pedagogo "enseñando" lo que ocurre en la sociedad y explicándolo, mientras que el receptor de la información hace las funciones del alumno, aprehendiéndolas. Tanto es así, que si comparamos los métodos aristotélicos del conocimiento, veremos que se repiten de forma casi mimética. Si el periodista trata de "representar" dimensiones virtuales de los productos con los que trabaja mediante la imitación de sus características. En efecto, podemos comprender su actividad desde una vertiente aristotélica cuando explica la dimensión del "artista" como imitador – lo que a lo largo de las teorías del profesor Ventín Pereira se ha denominado "mimesis"-, ¿no nos podemos preguntar si el periodista y el "artista" realizan el mismo proceso? El comunicador intenta producir un proceso catártico en el que el lector, oyente y/o televidente liberan las tensiones y frustraciones producidas por las presiones sociales en esa dimensión dramática que podemos denominar el "teatro del mundo". Ventín Pereira (1994, 2003, 2004). Pero, si seguimos comparando, veremos cómo además de un proceso parecido al aristotélico, también lo encontramos en las teorías de Espinosa y de Descartes en las que se trata el proceso de aprendizaje como aquel que "apela a la atención", "fija el interés" y "confronta las pasiones".

Nos encontramos aquí con la tarea de hallar la relación entre dos de las más importantes teorías sobre la comunicación: la de F. Böckelmann, las teorías sobre la Formación de la Opinión Pública; y la de Otto Groth, sobre los métodos de la Ciencia Periodística Pura.

Böckelmann ejemplifica la "autonomía del individuo" como uno de los principios de la opinión pública con unas palabras del Discurso del Método de Descartes:

"Pretendo invitar a las mentes despiertas a seguir avanzando, en el sentido de contribuir cada uno, en la medida de sus inclinaciones y aptitudes, con las observaciones realizadas, y en cualquier caso comunicando a la opinión pública todos sus descubrimientos y hallazgos, para que los últimos o más modernos empiecen donde terminaron sus precursores. Así nosotros, dado que de esta manera se comprendían la vida y los trabajos de muchas personas, podremos llegar juntos más lejos que lo que habríamos llegado por separado" (Böckelmann, 1983: 12).

A lo largo de este análisis vamos a intentar establecer los nexos en los que podemos situar en debate las diferentes posturas.

En primer lugar vamos a buscar y a revisar las teorías racionalistas cartesianas y “espinosistas” que nos serán útiles para la elaboración de los fundamentos de la estructura de la programación, así como también podremos entender la relación de ésta con sus contenidos.

En el siglo XVII se inicia, con Descartes, en la filosofía moderna, una nueva etapa en la que la filosofía abandona el ámbito de lo religioso que había frecuentado en la Edad Media. Según Hegel (1977: 252):

“Con Cartesio (Descartes), entramos, en rigor, desde la escuela neoplatónica y lo que guarda relación con ella, en una filosofía erigida sobre bases propias y peculiares, abandona totalmente el terreno de la teología filosofante, por lo menos en cuanto a principio, para situarse del otro lado... Este pensamiento que es para sí, esta cúspide más pura de la interioridad, se afirma y se hace fuerte como tal, relegando a segundo plano y rechazando como ilegítima la exterioridad muerta de la autoridad”.

Leibniz y Malebranche acompañan a todos los autores anteriores y proclaman la “autonomía de la razón”, lo que implica la “no coacción” o regulación de su uso y su carácter de principio supremo del conocimiento y la moral. Todos ellos afirman que nuestra comprensión de la realidad puede construirse de forma deductiva a partir de ciertas ideas y principios evidentes que son innatos a nuestro entendimiento. La experiencia no nos sirve; no contiene más que “verdades dudosas”. **Como en la actividad informativa, con la que construimos la realidad a través de nuestros intereses y percepciones.**

Descartes, aparte de su “*cogito ergo sum*” y de la “duda metódica”, como base de un conocimiento racional de la realidad, ha aportado a la filosofía algunas ideas muy interesantes sobre la construcción y la estructura del universo real y sobre los conceptos de libertad y felicidad en el hombre. Descartes, mediante sus “*Reglas para la dirección del espíritu*”, señala, en la regla primera, la sabiduría (*bona mens*), como “una e idéntica”, pues la razón es también única: la razón distingue lo verdadero de lo falso, lo conveniente de lo inconveniente, la razón que se aplica al conocimiento teórico de la verdad y al ordenamiento práctico de la conducta, que es una y la misma.

Un siglo más tarde, Kant separará la razón en distintas esferas: la razón teórica o de conocimiento de la naturaleza y la razón práctica o de conocimiento moral, y distinguirá tres facultades del intelecto humano: la sensibilidad, el entendimiento y la razón (si bien está formando parte del anterior junto a la capacidad de juzgar), y es aquí donde empieza la explicación de la **actividad periodística como conocimiento y como razón**.

Según la regla tercera, los modos del conocimiento son dos: la intuición y la deducción. La intuición es definida por el propio autor de la siguiente forma: “un concepto de la mente pura y atenta, tan fácil y distinto que no queda ninguna duda sobre lo que pensamos; es decir, un concepto no dudoso de la mente pura y atenta que nace de la sola luz de la razón, y es más cierto que la deducción misma”. Todo el conocimiento se despliega a través de intuiciones simples entre las cuales la deducción descubre y recorre las conexiones que existen. De esta forma, en el conocimiento se desarrolla un doble movimiento:

- a) Un proceso de análisis hasta llegar a los elementos simples.
- b) Un proceso de síntesis, de reconstrucción deductiva de lo complejo a partir de lo simple.

A estos dos, añadiremos otro proceso:

- c) Un proceso de reconstrucción teleológica, que nace de los principios finalistas de la información, mediante el cual intentamos actuar sobre las razones verdaderas y los procesos de síntesis de aquellos a los que queremos inducir a una conducta o comportamiento social determinado (al Público Objetivo de la Empresa Informativa).

De la “duda metódica” o eliminación de todos aquellos conocimientos, ideas y creencias que no estén dotados de una certeza absoluta, de todo aquello de lo que sea posible dudar, llevada hasta el extremo, Descartes extrae una única verdad inmune a toda incertidumbre: la existencia del propio sujeto que piensa y duda (pienso luego existo). Y esta existencia no es solamente la primera verdad y de toda certeza. De aquí deduce Descartes (Navarro y Martínez, 1986: 214-216) su criterio de certeza: “todo cuanto perciba con igual claridad y distinción con que percibo mi existencia, será verdadero y, en consecuencia, podré afirmarlo con inquebrantable certeza”. Por tanto, **la acción esencial de la Empresa Informativa será hacer percibir, con criterio cierto, aquello que queremos “vender”**. Y para ello, recurrimos al *Tratado de las Pasiones* de

Descartes en el que expone los principios de una moral idealista. Distingue tres pasiones básicas, esencia de los complejos comportamientos del ser humano:

a) La admiración. Es la primera pasión, la más básica, ya que es la que un individuo siente casi desde el momento de su nacimiento. El autor la describe como el asombro experimentado por el alma ante un objeto extraño, desconocido o extraordinario. La sorpresa experimentada no siempre es positiva e incluso puede ser maligna. Grandes filósofos, mucho más antiguos que Descartes, ya habían esbozado la esencia de esa parte del pensamiento del autor. Por ejemplo, Platón había escrito en su celebrado Teeteto, que la filosofía provenía directamente del asombro (García y Pino, 2003: 13).

Al ser la pasión más básica, fuente del resto de las pasiones, la admiración no puede tener contrario. Esto explica el porqué del origen de todo aquello que va a mover el alma de los hombres y nada le precede; es decir, no puede tener oposición. Los acontecimientos, o las cosas que se consideran insignificantes, no producen ningún tipo de pasión. Una persona puede admirarse o no, pero no experimenta ningún sentimiento que puede considerarse opuesto a la admiración.

Descartes distinguía en su Tratado dos tipos de admiración:

- Aquella producida por la grandeza del objeto admirado, la estima.
- La que produce un objeto mezquino o pequeño, el desprecio.

Estas pasiones son consideradas por Descartes como intermedias y su fuente originaria es la admiración. La estima y el desprecio generan a su vez el amor y el odio. Cuanta más estima se sienta por una cosa más se ama ésta y lo mismo ocurre, aunque en sentido negativo, con el odio. Cuanto más se desprecia algo, más se odia.

b) El deseo. Se distingue del resto de las pasiones en su proyección en el tiempo. El deseo se refiere al futuro ya que siempre se desean bienes venideros. Es una pasión que empuja al hombre a buscar aquello que le favorezca y sea bueno (lo que ama) y le hace rechazar lo que parezca maligno (lo que se odia).

El deseo carece de opuesto y sus antecedentes son el amor y el odio. La combinación de ambos sentimientos forma parte de la esencia más íntima de esta

pasión. La atracción y el rechazo (o repulsión) se mezclan, de forma que es el mismo agente el que atrae el alma hacia el Bien y la aleja de todo aquello que representa el Mal.

c) La alegría y la tristeza. Son pasiones que pertenecen al presente y esto es lo que las diferencia del deseo, que es siempre un deseo de futuro. La alegría es la dicha que siente el alma. Este sentimiento procede del Bien. La tristeza es la incomodidad que el alma recibe del Mal. Un Mal presente que no sólo se teme para el futuro.

El objetivo último que persigue Descartes a través de la filosofía es la solución a un problema antropológico: fundamentar en la razón el uso de la libertad, a fin de que el uso racional de ésta haga posible alcanzar la felicidad y la perfección humanas. Para ello, separa el cuerpo del alma de una manera más radical de como lo hiciera el “platonismo”: son sustancias autónomas y autosuficientes: “puesto que, por una parte, poseo una idea clara y distinta de mí mismo en tanto que soy una cosa que piensa e inextensa, y de otra parte, poseo una idea distinta del cuerpo en tanto que es sólo una cosa extensa y no piensa, es evidente que soy distinto de mi cuerpo y que puedo existir sin él”; afirmación que en el mundo actual y sin entrar en dimensiones trascendentales, no podríamos hacer con la misma categoría con que la hacía Descartes. Partiendo de la afirmación de que existen el cuerpo y el alma por separado, se da una fuerte relación de interacción, en la que el ser humano como Todo es influido tanto por su dimensión espiritual, como por su dimensión física. Es ahí en donde el nuevo conocimiento de la psicología, del hombre como elemento de entrada y de salida, de la relación del hombre con su entorno y con sus necesidades, emana una nueva técnica en la que se intenta influir en el ser humano, bien a través de las dimensiones físicas, bien a través de las espirituales. El problema de la relación, calificada por Descartes como “combate” entre las partes inferior y superior del alma, entre los apetitos y las pasiones, de un lado y, de otro, la razón y la voluntad, no niega totalmente los procesos que posibilitan la manipulación del ser humano.

Por pasiones entiende Descartes aquellas percepciones que afectan al alma sin tener su origen en ella. Su génesis está en las fuerzas que actúan en el cuerpo, llamadas en la filosofía cartesiana “espíritus vitales”. Las pasiones son, pues, involuntarias (su surgimiento escapa al control de la razón), inmediatas y no siempre racionales, es decir,

no siempre acordes con la razón, de ahí que puedan significar para el alma cierta servidumbre.

La postura de Descartes no es absolutamente negativa respecto a las pasiones; no se trata de erradicarlas o rechazarlas por principio, sino de enfrentarse a la fuerza ciega con la que tratan de arrastrar la voluntad de un modo inmediato, sin dejar lugar para la reflexión razonable. La tarea del alma en relación con las pasiones consiste en someterlas y ordenarlas conforme al dictamen de la razón. La razón descubre y muestra el bien que, como tal, puede ser querido por la voluntad. La razón suministra no sólo un criterio adecuado sino también la firmeza necesaria para oponerse a las pasiones. Descartes toca aquí un tema típicamente estoico: el autodomínio o autocontrol, que en nuestra dimensión profesional podríamos denominar consumismo racional o irracional.

En el “yo” como sustancia pensante (*res cogitans*), distingue Descartes dos facultades: entendimiento y voluntad. La voluntad se caracteriza por ser libre. Libertad consiste en elegir lo que es propuesto por el entendimiento como bueno y verdadero. Por tanto, no es ni la indiferencia ante las distintas opciones que se nos ofrecen, ni la posibilidad absoluta de negarlo todo de forma arbitraria. Es el sometimiento positivo de la voluntad al entendimiento. La falta de libertad, el dejarse llevar por las pasiones, hace al hombre desgraciado. La felicidad del ser humano está en el dominio de sus apetitos negativos.

Spinoza (1978) interpreta la realidad como un sistema único en el que las partes remiten al todo y encuentran en él su justificación y fundamento. Este sistema único y total, sustancia única, es denominado por el filósofo holandés *Deus sive Natura* (Dios o Naturaleza). No hay, pues, pluralidad de sustancias sino solamente una sustancia que se identifica con la totalidad de lo real (las partes no son autosuficientes, sólo el todo).

En el proyecto filosófico de Spinoza (1978: 126) juega un papel fundamental la correspondencia entre el orden de las ideas y el orden de las cosas. “El orden y conexión de las ideas es el mismo que el orden y conexión de las cosas”.

Esta correspondencia implica que la totalidad de lo real constituye un sistema en el cual las distintas partes (los seres particulares) están relacionadas unas con otras y, en último término, con todo; así mismo, la realidad presenta la estructura de un sistema geométrico en el que cada proposición o teorema está vinculado racionalmente al resto de proposiciones y al sistema en su globalidad; “la conexión, dice Spinoza (1979), que existe entre las ideas en ese sistema es necesaria (porque los teoremas son como son y

no pueden ser de otra manera), continua (porque los enunciados se derivan unos de otros, sin saltos, como en la deducción cartesiana), e intemporal (porque la sucesión de proposiciones a partir de otras no es de orden cronológico sino lógico: va del principio a las consecuencias)”. Como consecuencia de la correspondencia entre las ideas y lo real, las conexiones de la realidad poseerán también las características señaladas de necesidad, continuidad e intemporalidad. De ahí que cuando Spinoza contempla la realidad lo hace desde una perspectiva de eternidad, aunque los contenidos programáticos tienen determinados su periodicidad por la existencia de la necesidad.

El racionalismo “spinoziano” lleva sus postulados hasta las últimas consecuencias: en su sistema racionalista no hay nada contingente; todo lo que sucede, sucede necesariamente. ¿No existe entonces la libertad?

Sí existe, aunque, obviamente, no en el sentido más clásico del término que implica ausencia de determinación del sujeto, posibilidad de hacer una cosa u otra. En este sentido no puede existir, pues todo lo que ocurre es necesario, como ya hemos visto (este es el precio inevitable del racionalismo puro y geométrico de Spinoza). La libertad consiste en el conocimiento cada vez más profundo y más amplio de ese orden natural necesario y en su aceptación racional. Al conocer el orden de lo real conocemos a Dios, según Spinoza, pues lo real no es sino Dios o la Naturaleza. Este conocimiento nos proporciona el sumo placer o satisfacción intelectual.

Al igual que Descartes, Spinoza (Spinoza, 1979) relaciona el tema de la felicidad con la liberación de las pasiones. Dado que la esencia del conocimiento está en el alma, la liberación de las pasiones tiene lugar cuando aquella tiene un conocimiento claro y distinto de las cosas, que es lo que nosotros denominamos **catarsis informativa**: “un afecto que es una pasión deja de ser pasión tan pronto como nos formemos de él una idea clara y distinta”. Las pasiones o afectos negativos son ideas oscuras y confusas; los afectos positivos son claros y distintos.

En la teoría de la libertad, la felicidad y las pasiones de Spinoza, también encontramos, al igual que en Descartes, muchos conceptos del estoicismo, incluso en mayor medida que en el filósofo francés. La afirmación de un determinismo total, la exigencia de aceptación de ese determinismo, la necesidad de liberarse de las pasiones o el intelectualismo que busca liberación a través del conocimiento, son cuestiones esenciales en el estoicismo.

Existen puntos en común entre Descartes y Spinoza, sobre todo en algunos aspectos que pueden ser útiles en el acercamiento a las ideas de Böckelmann y a los principios que sobre la Ciencia Periodística de Otto Groth.

En esta introducción no aludimos más que al método matemático - científico concebido por Descartes que nos permite su aplicación, a grandes rasgos, con el siguiente análisis: avanzar desde los principios simples de los autores racionalistas a la síntesis de la comunicación que plantea Böckelmann.

El autor alemán, que aboga por la posibilidad, cada vez más incierta, de una “discusión – pública - libre de imposiciones”, establece como uno de sus principios la “autonomía del individuo”, y que intentamos corregir al plantear la posibilidad de **la manipulación en los procesos de autodeterminación interior de nuestro Público Objetivo, negando quizás el principio de autonomía del individuo en las sociedades de la información.**

Veámos en éste la importancia del sujeto pensante, del yo racional (res cognitans) como principio de toda verdad y como “escenario” de la lucha entre las pasiones y la libertad. Los conceptos son similares aunque al variar el contexto cambian algo de sentido. Böckelmann recoge ese individuo de racionalidad autónoma de herencia cartesiana pero su lucha ya no es interna; el “escenario” del conflicto es ahora público: la voluntad individual lucha (o se integra) contra la voluntad colectiva.

El colectivo tiene que permitir la trascendencia de la comunicación privada, pero sin dejarse arrastrar por intereses particulares. “Sin esta dialéctica entre lo privado y lo público no existiría una verdadera opinión pública y el discurso público se identificaría entonces solamente con el poder político y con la esfera del tráfico mercantil que de ella se sustenta” (Böckelmann, 1983: 13).

Después de estos prolegómenos, llegamos a lo esencial de nuestro análisis, a una de las ideas más significativas de Böckelmann, que no es otra cosa que una síntesis de la teoría del sistema de Niklas Luhmann.

Luhmann presta atención a la enorme complejidad del Universo, lo que significa un número casi infinito de posibilidades y la primacía de lo contingente, del “también podría haber sido de cualquier manera” (Habermas y Luhmann 1982: 32).

Si recordamos lo que decía Spinoza respecto al sistema geométrico de la realidad, vemos que es exactamente lo opuesto: el modelo radicalmente racional de Spinoza es,

esencialmente, necesario tanto en el orden de las ideas como en el de las cosas, y principalmente porque sigue una secuencia de tipo lógico, no cronológico (ya dijimos que Spinoza contempla la realidad desde una perspectiva de eternidad carente por completo de intereses por la experiencia). Es evidente que Luhmann no habla de una concepción matemática y exclusivamente racional del mundo. Él habla de la experiencia, investiga la vivencia actual, comenta Böckelmann (Böckelmann, 1983: 24), y de la libertad del individuo “en el aspecto de su selectividad” en el sentido tradicional “Kantiano”: la no libertad como aceptación de la necesidad del sistema (defendía Spinoza), no la libertad de carácter moral (según Descartes), sino libertad como selección entre los muchos y diversos universos posibles. Si aplicamos los conceptos de la termodinámica y considerando la complejidad como tendencia al desorden, por el crecimiento de las indeterminaciones, podemos hablar de la entropía del sistema, esto es, su propensión al caos que equivale a su desestructuración o pérdida de energía. Este planteamiento sería inconcebible para Spinoza por su defensa de la existencia de un universo unitario, de sustancia única y sin fisuras, con conexiones que crean un equilibrio.

Sin embargo, encontramos en Luhmann, y en consecuencia en Böckelmann, una tesis emparentada con la teoría spinoziana. Luhmann explica que los sistemas, y los subsistemas sociales actúan como reductores de la complejidad del universo: “vivir, sentir el mundo” que significa para que “un número prácticamente infinito de posibilidades (un mundo complejo), en un sentido específico del sistema, queda reducido a una posibilidad concreta actualizada, pero manteniendo a su disposición como alternativas las posibilidades anteriormente descartadas. El sistema implica siempre la complejidad del universo y el universo implica siempre sistemas que intentan reducir su complejidad” (Böckelmann 1983: 24 -25).

Böckelmann aplicará esta teoría a su estudio de la comunicación cuando plantea que al igual que los sistemas sociales disminuyen la entropía del universo, la estructura organizada de la comunicación de masas rebaja la complejidad del sistema social. La reducción total del desorden (entropía cero), nos llevaría al monismo panteísta del sistema spinozista, necesario, intemporal y continuo.

Sin embargo, ni Luhmann ni Böckelmann contemplan esa posibilidad teórica como la más idónea en los sistemas sociales actuales. Más bien todo lo contrario: “en las sociedades de fuerte diferenciación funcional la estabilidad de los sistemas sociales

solamente puede conseguirse en un nivel de gran complejidad. Se tienen que aceptar y mantener muchas contradicciones y muchas posibilidades de variación” (Böckelmann 1983: 28). Y como indica Luhmann, hay que asumir la contingencia.

Si algo ha puesto de manifiesto la comparación entre los racionalistas y el pensamiento de Böckelmann y Luhmann, es el profundo cambio de contexto de unos autores a otros. En un mundo tan complejo como el actual, no parece posible la labor de una razón pura y atenta en busca de “ideas claras y distintas”, autónomas e independientes de la experiencia. La libertad no es cosa tan fácil como distinguir “lo bueno y lo verdadero”. Se selecciona para reducir la entropía, pero los temas no elegidos siguen existiendo como “alternativas”.

Se aumenta la complejidad de los sistemas para hacer más simple el universo y, paralelamente, los sistemas de comunicación de masas crecen monstruosamente para ejercer de controladores del caos social y, de esta manera, aprovechan para dirigir, manipular y capitalizar la opinión pública que, según Luhmann (1974: 56), en nuestros días es más un criterio de ayuda en la selección que una causa de efecto prolongado.

Para Böckelmann, los sistemas psíquicos (cuyos mecanismos de selección son explicados por el autor alemán de modo similar al “combate” con los apetitos y las pasiones, pasiones antitéticas, que tan bien describiera Descartes) han perdido importancia social. El yo pensante, dividido por el psicoanálisis, toma conciencia de su contingencia a través del universo y del examen de los límites temporales de la propia vida. Se rompe, por lo tanto, con la unicidad y supremacía de la razón. Böckelmann (1983, p. 28) dice que “ciertamente no son sólo sistemas psíquicos” y añade: “participan de diferentes maneras en todos los sistemas parciales de la sociedad, es decir, incluso en las diferentes formas abstractas de vivencia. Pero estas formas vivenciales que se entrecruzan dentro del individuo, no se pueden someter a una totalidad personal, no se pueden elaborar dentro de la unidad de una vida o dentro de la identidad de la experiencia. El individuo sirve simultáneamente dentro de diferentes límites de sentido, y, la subjetividad no es un paraguas que se pueda abrir sobre el universo”.

Tras el análisis de Descartes y Spinoza y la búsqueda de una síntesis con Luhmann y Böckelmann, no es descabellado plantear que si los dos primeros representan una tesis, al menos contextual, del dilema del hombre, los segundos son, en buena medida, su antítesis. Afirmación que nos llevaría a plantear una serie de cuestiones que cuando

menos parecerán paradójicas, pero que a través de un análisis más profundo, se presentarán, como mínimo, de forma dialéctica.

La Naturaleza “cartesiana” como verdad única, inmutable, en la comunicación de masas solo se produce en una parte. Lo que el profesor Ventín Pereira (2004) llama efecto espejo y que define como el reflejo de la dinamicidad social en la que vive el Público Objetivo. Se trata de recoger lo más necesario de esa dinamicidad social que participa de la realización vital de los consumidores de información o nuestro Público Objetivo.

Todo sistema social tiene dos características respecto a su actividad: una estática que se produce en la relación de interacción de los elementos de la estructura, y otra dinámica, que se produce al interaccionar los nuevos elementos que nacen de la relación estática. Se producen entonces dos procesos denominados: dinamismo emanante de la mimesis estructural, y dinamismo emanante de los elementos dinámicos del sistema, llamado también “Efecto espejo” (Ventín Pereira 2012: entrevista).

Por lo tanto, podemos decir que es verdad que la Empresa Informativa cuando plantea su actividad, lo primero que tiene que realizar es un trabajo de campo para identificar cuáles son los elementos estructurales que forman el sistema social de los consumidores de información. Y una vez identificados, reproducirlo mediante la programación que definimos como la estructura que refleja las estructuras de interés y necesidad de nuestro público objetivo (Ventín Pereira 2004: 176).

El marco social en que se encuentran los consumidores de información debemos fragmentarlo para encontrar las unidades de análisis que debemos emplear en el método sistémico, que hay que aplicar a los procesos de toma de decisiones en la Empresa Informativa. Dado la gran diversidad de elementos que configuran estas unidades, y al aplicarse un método sistémico (el todo influye en las partes, como las partes en el todo), agruparemos esos elementos en lo que el profesor Ventín denomina Factores Determinantes de la Comunicación (Ventín 2003:119-125): factores filosófico-fundacional, configurativo, económico, cultural, histórico, ideológico y tecnológico.

2.3. Factores Determinantes de la actividad informativa

En la empresa informativa, como subsistema perteneciente al sistema social, encontramos una serie de factores endógenos y exógenos que la estructuran como agente de la información social (Ventín, 1994; 49-51):

- **Factores endógenos.** Son aquellos que determinan la dimensión estructural de la empresa informativa. Está compuesto por el factor filosófico-fundacional y por el factor configurativo.
 - **Filosófico-Fundacional.** Son los objetivos que definen el rumbo de la empresa, cómo realizar su actividad, para quién y de qué forma. En este factor se determina la dimensión estratégica (qué hacer) y la dimensión táctica (cómo hacerlo). Estas dos dimensiones se desarrollarán en el siguiente capítulo.
 - **Configurativo.** Este factor deriva del filosófico-fundacional, en la medida que define su estructura económica, organizativa y de contenido informativo (libro de estilo).
- **Factores exógenos.** Determinan la funcionalidad, no la estructura, como es el caso de los factores endógenos, de la empresa informativa. De esta forma, como expone el profesor Ventín Pereira (1994: 50) podremos entender:

“la relación entre el sistema social (de orden superior) y la empresa informativa, considerando que ésta es otro sistema. El sistema de orden superior produce unos condicionantes en interacción dinámica con el componente exógeno, es decir, los elementos que presionan a un sistema (empresa informativa) desde el sistema de orden superior (sistema social) configurando su desarrollo”.

Por tanto, los factores exógenos tienen una relación directa con los procesos de selección de acontecimientos llevados a cabo por los medios de comunicación. Es, mediante estos factores, donde “el sistema social actúa [...] en la empresa informativa” (Ventín, 1994: 50), de forma que si este subsistema de la industria informativa actuara ignorando estos elementos exógenos, iría en contra del propio sistema. Estos factores son de orden político, cultural, económico, histórico y tecnológico.

- **Orden Político.** La empresa informativa, además de la dimensión economicista (plusvalía económica), también fomenta la reproducción de “la ideología profunda del sistema social” (Ventín, 1994, p. 51), a través de la conformación de una opinión pública, de actitudes, etc.
- **Orden Cultural.** Para el funcionalismo de Parsons (1951), la cultura es una estructura de valores socialmente aceptados. “Es

parte integrante del proceso de creación del consenso en el sistema social (Ventín, 1994: 51). Se distinguen tres niveles: perceptual, lingüístico e industrial. El primero sería, por ejemplo, el tipo de lectura de cada cultura (izquierda-derecha, arriba-abajo); el segundo hace referencia a la valoración entre lenguaje y nivel socioeconómico; y el tercero a la industrialización, concentración y transnacionalización de los contenidos culturales. Por tanto, este factor determinará las características de la Forma y del Contenido de la información.

- **Orden Económico.** La empresa informativa busca generar una plusvalía empresarial mediante el intercambio y la mercantilización de su producto formal y/o producto final.
- **Orden Histórico.** Un medio de comunicación es una estructura históricamente condicionada. Surgen de la sociedad de masas como consecuencia del desarrollo de las tecnologías de la información.
- **Orden Tecnológico.** Los avances tecnológicos determinan las posibilidades de funcionamiento de las empresas informativas desde el soporte, hasta la producción y distribución.

Como sistema, esta serie de factores se interrelacionan entre sí, de forma que esta categorización se presenta como una clasificación con dimensión pedagógica.

Podemos decir que la Empresa Informativa, como subsistema del sistema industrial comunicativo de la sociedad, funciona dentro del sistema como un elemento estructurado y configurado a partir de unos factores endógenos y exógenos, con los que seleccionará e interpretará una serie de acontecimientos generados en la dinamicidad del sistema, para luego, a partir de unos criterios finalistas, devolverlos a la sociedad (Ventín, 2004). En definitiva, la empresa informativa está enmarcada en la industria de la información que planteará y definirá una serie de objetivos para lograr unos determinados beneficios. Pero, ¿cuál es la estructura y función que presenta la organización de la empresa informativa?

3. Empresa Informativa: organización, gestión y producción

Como hemos venido planteando, cualquier estructura conlleva un elemento de dirección que se encarga de su gestión y coordinación, del control del esfuerzo, así como de la planificación y la relación entre los distintos elementos que la componen.

Este componente de dirección tiene como fin orientar toda la actividad a conseguir los objetivos generales que dieron lugar a la organización. La dirección es “una función inalterable e imprescindible de una institución que asume la planificación, la organización, la ejecución, la coordinación y el mando y el control y la valoración” (Zerilli; 1984:32). Todas estas actividades se concentran en dos grandes dimensiones: Estratégica y Táctica.

La dimensión estratégica viene marcada por la **entidad corporativa**, esto es, por la Universidad, encabezada por la Rectoría desde la que se definen los objetivos que se quieren alcanzar como institución, a partir de sus objetivos misionales. Esta dimensión estratégica se encargaría de la planificación (Ventín Pereira: 2004):

- Fijar los objetivos a alcanzar a partir de la filosofía fundacional de la institución.
- Determinar los recursos que son necesarios para realizar el proyecto.
- Definir un calendario dentro del cual se deben llevar a cabo todas las acciones.
- Prever los resultados y los costes que van a ser necesarios para ejecutarlos.
- Definir los principios del sistema de organización por desarrollar y su preparación: recursos humanos, técnicos, económicos, infraestructuras, etc.

Planificar es la estrategia de la actividad, lo que podemos definir como el diseño con antelación de cada uno de los movimientos de la institución corporativa para llegar a los objetivos generales, y la puesta en marcha de dichos movimientos (Zerilli 1984).

La **entidad productiva**, es decir, el medio de comunicación, lleva a cabo la **dimensión táctica** y es la responsable de definir la forma de hacer el camino que llevará a la entidad corporativa (la institución universitaria) a lograr los objetivos. La táctica incluye (Zerilli, 1984: 37 y ss) **las funciones de ejecución, coordinación y mando, así como el control y valoración de las acciones realizadas en la entidad productiva: la radio universitaria**. Por tanto, el Director de la radio universitaria será el responsable de articular la estrategia y la táctica.

3.1. La Dirección de la Empresa Informativa

La dirección es el proceso de decisión, coordinación, orientación y guía que, a través de una acción articulada en diversas fases interrelacionadas, actúa en todo proceso mediante la aplicación de una estrategia y táctica concreta para conseguir en el máximo grado y con la máxima eficacia los objetivos de una organización (Zerilli, 1984).

Entre las funciones del director de la radio o de la dirección de la actividad informativa, las más usuales son:

- Asumir la coordinación entre la estrategia y la táctica. El director de la radio universitaria es el eje sobre el cual gira la relación entre la universidad, como institución misional, y sobre el medio de comunicación, como elemento funcional.
- Elaborar la planificación de la táctica.
- Definir la línea editorial.
- Determinar qué contenidos se van a tratar (selección), la forma en que se presentarán y estructurarán (tanto la forma como los contenidos). Se encargará de comprobar los bloques de programación.

Elaborar una planificación adecuada significa **tomar decisiones** sobre las acciones que se van a desarrollar y ordenarlas según una secuencia lógica de producción, en función de una jerarquía de prioridades respecto a los objetivos a conseguir: fijar los tiempos, estimar los costos, establecer los procedimientos, definir las responsabilidades.

3.1.1. La toma de decisión en la dirección de la empresa informativa

La toma de decisiones es la forma de definir el camino para alcanzar los objetivos planteados por la dimensión corporativa. Esta es una actividad intrínseca al proceso de dirección, que en una organización de mayor o menor tamaño, suele recaer en el director. La toma de decisiones, ante todo, será un proceso intelectual en el que existen una serie de etapas y en el que intervendrán varios elementos (Ventín Pereira, 2004: 361-369):

3.1.1.1. Primera etapa del proceso de toma de decisiones: creación del contexto estratégico por parte de la dimensión Corporativa.

En esta etapa, la dimensión corporativa planifica los objetivos generales. A este proceso se le denominará “planificación informativa” y está compuesta por las siguientes acciones:

1. Determinar el “segmento social”, entre todos los existentes, sobre el que se quiere actuar a partir de los recursos disponibles y condiciones existentes. Por tanto, identificar el Público Objetivo, su ámbito social y el soporte por el cuál se realizará la actividad.
2. Establecer las políticas de actuación. Es decir, el libro de estilo.
3. Definir los tiempos de acción, en función del comportamiento sociocultural y socio-laboral de los componentes del segmento social sobre el que se actuará (es decir, definir la periodicidad del medio)
4. Estimar los costos de cada proceso.
5. Priorizar las diferentes acciones del proceso y definir responsables.

Una vez establecidos los objetivos y procedimientos, tendrá lugar la segunda etapa, ya, propiamente dicha, la actividad periodística, en la que se elaborará y ejecutará la dimensión productiva-táctica: selección de contenidos y difusión de la forma en función de “los principios ideológicos de la empresa, de las características culturales, políticas y estéticas del Público Objetivo, así como de la estructura financiera en la que queremos actuar” (Ventín Pereira, 2004, p. 368).

3.1.1.2. Segunda etapa del proceso de toma de decisiones: la dimensión productiva elabora y ejecuta la táctica.

Esta etapa transcurre en el nivel interno del medio de comunicación, es decir, sobre la dimensión productiva o táctica. Esta etapa contempla las tres fases:

1. En esta primera fase de la etapa dos se elabora el Producto Formal. Para eso, se seleccionan los acontecimientos para cuantificarlos y cualificarlos a partir de la ideología de la empresa y los intereses y las necesidades del Público Objetivo. El profesor Ventín Pereira (2004: 367) denomina esta fase de “Mímesis Estructural” y de “Efecto Espejo”. Esta fase conlleva las siguientes acciones:

- Elaborar un sistema de valores con el que realizar un juicio de los diferentes acontecimientos a interpretar.
- Localizar e identificar los acontecimientos producidos en el sistema que pueden ser del interés y necesidad del Público Objetivo.
- Comparar las distintas alternativas de selección en base a los Patrones Referenciales de Valor (epígrafe 4.2.2 El Producto Formal: la información).
- Realizar una comparación valorativa de cada alternativa, dentro del sistema de valor.

Para el profesor Ventín (2004: 368) es necesario que el proceso de decisión se “articule en función de los principios de la ciencia periodística pura (epígrafe 4.2.2.2 Contenido y Forma de la Información) en las siguientes puntos:

- Identificar el problema, es decir, seleccionar el acontecimiento en función de la Actualidad.
- Analizar el problema, es decir, análisis de la Universalidad del Acontecimiento seleccionado.
- Elegir un razonamiento y un modelo lingüístico determinado en función de la Difusión y la Periodicidad.

2. En la segunda fase de la etapa dos de la toma de decisiones se enmarca dentro de la estructura dinámica y de producción del medio (Ventín Pereira, 2004: 368-369):

- “Mediante el análisis de la Periodicidad, el alcance temporal de la decisión que se va a tomar.
- Mediante el análisis de la Universalidad, el alcance y la repercusión en el segmento de población sobre el que queremos actuar, así como la definición del público objetivo.
- Mediante la actuación sobre la Actualidad, cuantos mayores sean el interés y la novedad, mayor será el esfuerzo productivo empresarial que se ha de dedicar a cada uno de los contenidos que configuran el producto formal.
- Mediante la Difusión, el tipo de la influencia social que se consigue trasladada desde la empresa al ámbito en el que actúa”.

Dentro de la dinámica de producción, estas premisas hacen referencia al paso previo de materialización de los acontecimientos. Para transformarlos en noticia hay que tener en cuenta su selección y configuración (Ventín Pereira, 2004: 369):

- “Recoger el mayor número posible de acontecimientos, puesto que cuanto mayor sea el número, mayor será la capacidad de decisión sobre la Universalidad y la Actualidad.
- Estudiar atentamente todos los acontecimientos, para determinar el grado de interés que tiene cada uno.
- Determinar cuál va a ser su localización dentro del producto formal de la empresa periodística, así como la cantidad de espacio que necesita para su ejecución.
- Determinar la cantidad y el espacio necesario en el producto formal de otros contenidos no informativos”.

Todo esto desde las características de la Ciencia Periodística Pura de Otto Groth y de la analogía realizada por el profesor Ventín Pereira (2004):

- Hay que preparar la programación con contenidos emanados de los acontecimientos desde la perspectiva de la Actualidad y la Universalidad.
- Hay que aumentar o reducir la Periodicidad de cada noticia o unidad programática, teniendo en cuenta su relación funcional con la Actualidad y la Universalidad, respecto a la Periodicidad y a la Difusión.
- Acelerar la salida de la emisión o, en su caso, multiplicar la misma en función del interés (Actualidad) y de la vida de la información respecto al público (Periodicidad).

3. La tercera fase de la etapa dos la toma de decisiones relaciona el resultado de la selección de los acontecimientos con los planteamientos de la primera fase (Ventín Pereira, 2004: 370):

- Los resultados a los que se puede llegar, medidos en términos económicos, de prestigio, de credibilidad y, sobre todo, del coste de producción del impacto generado sobre el segmento social sobre el que se quiere actuar.

- Los costos, su repercusión en los costes generales, las inversiones requeridas, etc.
- El posible riesgo de perjuicio económico, de pérdida de credibilidad, etc.
- Las repercusiones sobre las personas que implica y el personal de la empresa informativa que lo desarrolla.
- Las consecuencias sobre las situaciones existentes.
- Las posibilidades de eliminar, reducir o desarrollar ciertos aspectos y sus consecuencias.
- La posibilidad de fragmentar en distintas fases que afecten a la Periodicidad.

3.1.2. Organización de la actividad informativa

La empresa informativa, como industria, concibe la división del trabajo como una forma de producción a partir de la cooperación de unidades de trabajo especializado, con el fin de mejorar la eficiencia. Por lo tanto, “las fuerzas naturales de la dirección organizativa son la división del trabajo y la coordinación” (Ventín Pereira, 2004, p. 396).

Las múltiples labores y acciones informativas que se producen en un medio de comunicación, gracias a la división del trabajo, se organizan para permitir la adecuación de las acciones a desarrollar tanto por capacidad intelectual como física. “El objetivo de la división de la actividad informativa en una empresa de información es incrementar la eficiencia en la ejecución de las funciones” (Ventín Pereira, 2004, p. 396).

Esa ejecución de funciones se puede manifestar de diferentes formas organizativas. Como hemos venido planteando a lo largo del epígrafe 4, concebimos dos dimensiones: la corporativa y la productiva. La primera representa la unidad orgánica, mientras que la segunda representa la funcional.



Elaboración propia

La orgánica, como ente que planifica la estrategia, determinará la conformación vital de la empresa. La funcional, como elemento que emana de la dimensión corporativa, determinará su estructura productiva necesaria para el funcionamiento y cumplimiento de sus objetivos. Esta estructura está integrada por fuerzas de trabajo, que a su vez se integran en elementos de coordinación.

Como **fuerzas de trabajo periodístico**, o funciones, destacamos:

- **Director General.** Es la figura nexo entre la dimensión corporativa y la productiva. Es el responsable de valorar todas las acciones que comprometan el rumbo del medio.
- **Gerente.** Es la persona encargada de la parte administrativa del medio. Con cierta autonomía, pues toda acción gerencial está sometida a la táctica de contenidos fijada por el Director, es la encargada de administrar el medio de comunicación en cuanto a los recursos humanos, económicos, tributarios, etc.
- **Directores/Subdirectores.** Es el perfil de aquellas figuras cuya responsabilidad es suplir al director cuando éste no se encuentra y de coordinar ciertas áreas especializadas dentro de la estructura funcional del medio de comunicación (informativos, producción, comercial, marketing, etc.)
- **Periodistas.** Son los autores del ejercicio comunicativo cotidiano con el que propician al público el relato de la realidad, a partir del cual descifrarán, interpretarán y valorarán la realidad.
- **Enviados espaciales.** Son periodistas que cubren hechos puntuales en áreas geográficas diferentes a las de impacto directo del medio de comunicación.

- **Corresponsales.** Son periodistas que residen, de forma permanente, en áreas de interés lejanas al área de presencia geográfica del medio.
- **Colaboradores.** Profesionales, no necesariamente periodistas, que contribuyen con su perfil y experiencia a la producción de contenidos mediante una participación puntual como analistas, comentaristas o expertos en temas específicos.

Obviamente, de forma transversal al trabajo periodístico, entrarían otros perfiles como publicistas, diseñadores, ingenieros, administrativos, relaciones públicas, etc. que cumplen una labor fundamental.

Estos perfiles se aglutinan en áreas de coordinación, o **niveles de autoridad**, que pueden ser:

- **Dirección General.** Es el área de primer nivel, encargada de desarrollar la dirección de las acciones tendentes a alcanzar el fin y objetivos de la empresa informativa. Es decir, la unidad funcional encargada de orquestar cada una de las acciones realizadas por el conjunto de elementos que estructuran un medio de comunicación.
- **Gerencia.** Es el departamento del cual dependen los administrativos, los recursos humanos y financieros del medio de comunicación.
- **Departamentos.** Áreas de segundo nivel cuya función es disponer metódicamente acciones específicas por cada una de los departamentos productivos del medio de comunicación: informativo, comercial, marketing, transmisiones, recursos humanos, etc.
- **Unidades programáticas.** Área de tercer nivel que unifica las fuerzas de trabajo individuales por cada una de los departamentos que componen el medio: informativos, musicales, deportivos, entretenimiento, etc.

Las estructuras organizativas buscan armonizar la interacción entre las funciones y los niveles de autoridad. De esta forma, se pueden presentar diferentes estructuras organizativas: verticales y horizontales (Ventín, 2004: 408-411):

- **Verticales.** Cuando se produce entre niveles descendentes de la organización, donde hay diferentes grados de autoridad y subordinación. La estructura vertical se consigue mediante la delegación de autoridad, junto con los medios y las formas de supervisión y control.

- **Horizontales.** Cuando se plantea una estructura departamental a igual nivel organizativo. Es el resultado de acuerdos entre subdirector y otro. Se da una coordinación necesaria para completar el desarrollo de la actividad.

Las líneas organizativas se agrupan en dos grandes estructuras: las líneas de mando y las líneas de mando con *staff*:

- La primera es cuando se basa en el concepto de autoridad desde la cúspide hasta la base. Exige precisión y unidad de mando y los resultados se alcanzan con exactitud y rigidez. En la empresa informativa podemos apreciar las siguientes líneas de mando: a) en la gestión administrativa y financiera; b) en la política o de influencia social; c) en la informativa o de contenidos.
- Cuando la línea de mando se complementa con un apoyo, o *Staff*. En este caso una serie de elementos horizontales a la organización, a través de una división del trabajo, realizan actividades en control de calidad, investigación de mercado, análisis socio-político, etc. Estos elementos son fundamentales para obtener datos y consejos técnicos con los que tomar decisiones correctas.

Hablar de una sola organización sería faltar a la realidad, pues hay tantas manifestaciones como medios de comunicación existentes. El hecho de analizar la dimensión organizativa empresarial sería plantear en sí una tesis doctoral en la que convergerían dimensiones de las áreas académicas de la comunicación, de la administración, de la psicología, de la sociología, del trabajo, etc. Por tanto, aquí exponemos unos elementos básicos y orientadores que nos permitan concebir el grado de relación entre la dimensión corporativa y productiva de las radios universitarias, así como el tipo de estructura funcional interna de éstas, en la organización de la actividad informativa.

3.1.3. Coordinación de la actividad informativa

Ahora bien, independientemente de la organización de la actividad informativa, desde la dirección surgirá la necesidad de coordinar.

La coordinación se entiende, principalmente, (Davis, 1951: 19) como una fase “vital de control” y debemos entenderla como una función directiva que va unida a la “planificación, a la organización, a la motivación y al control”. Pero “la coordinación

máxima se conseguirá de forma automática si se establecen unos objetivos, unas normas, unos procedimientos y una organización adecuadas” (Allen, 1958: 24). Complementando esta idea, Mooney (1947: 5) entiende la coordinación como la “orientación ordenada del esfuerzo colectivo, para alcanzar una unidad de acción en la materialización de un propósito común, por lo que la coordinación supone un principio básico de la organización que abarca todos los principios de la organización en bloque”.

Por tanto, para la empresa informativa la coordinación significa una unidad de la actividad informativa. Unidad que, desde la dirección del medio, se alcanza con la aplicación de cuatro fundamentos ya citados: planificación, organización, influencia y control.

La coordinación, por consiguiente, forma parte de la acción directiva, pues es desde ahí donde se debe asegurar la interacción entre las distintas funciones y quienes constituyen la actividad de la empresa. Ahora bien, la coordinación no es una tarea exclusiva de la dirección. Esta es una actividad concebida desde planteamientos mancomunados: la auto-coordinación es un esfuerzo y responsabilidad necesaria para el logro de los objetivos establecidos. De forma que un productor, un realizador o un guionista que forma parte de un programa debe tomar conciencia de sus propios actos sobre los demás integrantes, en aras de elaborar los productos de la empresa informativa.

3.2. Los productos de la Empresa Informativa: el Producto Final y el Producto Formal

En el epígrafe 2, del capítulo 2, presentábamos a la Empresa Informativa como un subsistema del sistema industrial comunicativo de la sociedad, que planifica en función de la selección que realiza de concomitancias que se generan en el entorno, con la misión de producir información para reducir la entropía del sistema social. Es decir, para reducir su desorden y complejidad. Y funciona dentro del sistema como un elemento estructurado de éste que realiza cuatro funciones fundamentales: selecciona contenidos, los estructura, los interpreta y los devuelve al sistema, pero no al sistema en su totalidad, sino a su Público Objetivo (Ventín, 2004: 135).

Podemos afirmar, por tanto, que la empresa informativa se diferencia de otras empresas por su carácter de mediación interpretativa de la realidad. Selecciona e interpreta los acontecimientos generados en la dinamicidad del sistema para luego, a partir de unos

criterios finalistas, devolverlos a la sociedad. Pero no en su totalidad, sino a una selección determinada de la misma: sobre el segmento social sobre el que quiere influenciar para obtener su beneficio.

En definitiva, la empresa informativa está enmarcada en la industria de la información que planteará y definirá una serie de objetivos en aras de lograr unos determinados beneficios. ¿Y a partir de qué productos manufacturados por la empresa informativa se genera ese beneficio? El producto formal, o sea, la información, se concibe como el medio a partir del cual captamos el interés del Público Objetivo, que es el producto final de la empresa, a través del cual se genera la plusvalía.

3.2.1. El Producto Final: el Público Objetivo

El Público Objetivo no existe por sí mismo. Es una agrupación de individualidades que tienen elementos comunes: identidad cultural, económica, estética, ética, etc. Por tanto, podemos definir el Público Objetivo como “el conjunto de individuos con unas características comunes, definidas por la empresa informativa” (Ventín, 2004: 380).

En la medida que el objetivo final es la “mercantilización de la conducta”, o lo que es lo mismo, “la mercantilización del consenso”, “yo, lector, oyente, en definitiva, consumidor de información, a cambio de tus contenidos económicos o gratuitos, dejo que me interpretes la realidad de mi entorno”. De esta forma convertimos a los periodistas, a la industria de la comunicación, en mediadores interpretativos.

Por tanto, la mercantilización del consenso se podría definir como “la acción de venta de los canales de acceso a los mecanismos de conciencia, consumo y conductuales que nacen del pacto entre la Empresa Informativa y su Público Objetivo, mediante el cual, éste último cede la selección e interpretación de los acontecimientos del sistema social a la empresa informativa a cambio de un servicio útil y barato que cubra sus intereses y necesidades” (Ventín Pereira, 2004: 376).

Para que tenga éxito y funcione la mercantilización del consenso, la empresa informativa debe trasladar a su Público Objetivo las estructuras de necesidades e interés, mediante la utilización de la Ciencia Periodística de Otto Groth, a través de una analogía entre Universalidad y Actualidad, Periodicidad y Difusión. Universalidad y la Actualidad para captar el interés, y Periodicidad y Difusión para interpretar y orientar el

impacto informativo del acontecimiento y así lograr el mayor nivel de empatía posible. Elementos de los que hablaremos en el siguiente punto.

Lo que intenta la empresa informativa es generar una estructura de contenidos que no sólo presenta un orden racional y emocional de los contenidos, sino que a través de la forma procura trasladar una serie de ideas y sentimientos capaces de aportar al acontecimiento valores que responden a los intereses de los usuarios. Podemos decir que la información va mucho más allá del traslado de los acontecimientos sociales, ya que como habíamos dicho anteriormente, se intenta aportar una serie de valores de tipo interpretativo que generan plusvalías y que actúan como elementos que se podrían incluir en la **Industria de la Conducta** (Ventín, 2004: 123).

Hasta ahora los teóricos de la comunicación denominaban genéricamente a la audiencia como Producto Final de la Empresa Informativa, pero en realidad, lo que se hace es vender la **dimensión interpretativa de la noticia**. O sea, generar en esa audiencia actitudes formales a través de unos mecanismos de manipulación con los cuales vender los comportamientos de ese Público Objetivo (Ventín 2004: 135). Público Objetivo cuyo valor no es tanto el **sujeto social, sino su capacidad de actuación en la dinamicidad social**. Por lo tanto, el Público Objetivo es el Objetivo Final de la empresa: la capacidad que con nuestro proceso creativo tenemos de generar comportamientos determinados.

Nos encontramos, pues, con dos dimensiones: el Público Objetivo y el Producto Formal, que como habíamos dicho anteriormente, es la consecución de que el público sobre el cuál queremos actuar se comporte de una manera determinada.

El trabajo de la empresa y de los periodistas informativos tiene varias dimensiones (Ventín, 2004: 293). :

1. Definir el tipo de persona a la que nos queremos dirigir para convertirlo en Público Objetivo.
2. Proceso selectivo de acontecimientos. O sea, partiendo del principio de que **nadie lee aquello que no le interesa o que no le es necesario**, tendremos que seleccionar mediante la aplicación de los principios de Maslow y de los Patrones de Valores Referenciales aquellos acontecimientos que respondan al interés de nuestro Público Objetivo.

3. Proceso cuantitativo, mediante el cual determinaremos la cantidad de contenidos necesarios para conseguir que el Público Objetivo permanezca “enganchado” a nuestra estructura de programación.
4. Proceso Cualitativo, mediante el cual determinamos la cantidad de tiempo que dedicaremos a cada uno de los acontecimientos seleccionados, en función de la aplicación de los principios anunciados en Groth.
5. Proceso de ubicación, teniendo en cuenta la relación de interrelación entre los contenidos y su forma, con el objetivo de que no se produzcan tensiones dicotómicas entre contenidos.
6. Proceso estructurante, mediante el cual conseguiremos romper los mecanismos automáticos de escucha (equivalentes a los mecanismos automáticos de lectura), de tal forma que logremos mantener la atención de nuestros oyentes. No es otra cosa que la aplicación a la estructura temporal, lo que correspondería con los mecanismos de manipulación de la lectura. Lo que denominamos como Efecto IKEA, que en la radio consiste en conseguir estructuras sonoras capaces de trasladar el interés de un contenido a otro. Esto se consigue mediante la planificación de las estructuras de la programación radiofónica. Es la equivalente a una estructura espacial que se denomina normalmente diseño.
7. La fijación de la fidelidad, de tal manera que por procesos de empatía consigamos que en nuestro Público Objetivo se produzca el Efecto Tancredo¹, mediante un proceso de “catarsis informativa” semejante al que definió Aristóteles.

Ya hemos visto que la información es el producto formal utilizado por la empresa informativa para penetrar y fidelizar a su Público Objetivo, y así alcanzar su/sus objetivo/s: económicos, políticos, etc.

3.2.2. El Producto Formal: la Información

¹ Según el profesor Ventín Pereira (2004: 327) Tancredo era un torero que desde un punto fijo (subido a un taburete) siempre banderillaba al toro, en la medida que el animal era el que se dirigía hacia él. En este caso, el efecto Tancredo se logra cuando la audiencia “es corneada por su medio” y, a pesar de eso, la audiencia sigue fiel y no cambia de canal. Por tanto, lo que el medio logra es que no se produzca la libre interpretación del acontecimiento. El medio interpreta y el Público Objetivo lo asume y acepta como tal.

Desde la época clásica diversos autores han estudiado en la transmisión de ideas la relación de interacción entre lo que alguien quiere transmitir y la forma que da a estas ideas.

En el análisis que hacemos desde la empresa informativa, nos planteamos qué es la información y cuáles son las características esenciales de la misma. Nuestro razonamiento nace de la convicción personal y empírica en la que definimos las noticias, o sea, a la información, entendida como el conjunto de dos elementos en interacción: el acontecimiento y su interpretación. Por lo tanto, para nosotros es en esos dos elementos donde están las características básicas de la información.

También tenemos en cuenta que la información la clasificamos como veraz, es decir, que no se puede crear ninguna noticia si no se parte de un hecho cierto. Por ese motivo los teóricos de las ciencias y técnicas periodísticas siempre hablan de la veracidad.

Partimos de que el acontecimiento es cierto (verdad), pero en donde aparece la duda es en lo que hemos denominado la interpretación. La cual, para nosotros, es siempre La Forma. Por lo tanto, podríamos llegar a entender que la información está compuesta por los dos elementos que los lingüistas denominan: **Contenido y Forma**.

Un viejo dicho italiano afirma que “*non e vero, ma e bien Trovato*”, es decir, que no es verdad pero está bien contado. Y es ahí en donde aparecen las primeras diferenciaciones entre los periodistas. Es su actitud ante el hecho de contar y ante su funcionalidad la que marca la diferencia entre los periodistas socráticos y sofistas. El tema da para grandes discusiones entre los conceptos de libertad de información de los periodistas y la libertad de las empresas informativas. Pero lo que nos interesa en esta reflexión es la libertad interpretativa del periodista ante la noticia.

Carlos García Gual en un prefacio sobre *Dialogo y Filosofía*, comenta:

“ya en los primeros diálogos de Platón, a los que se suelen llamar socráticos se les vincula con una imagen más cercana al Sócrates histórico, en donde el maestro invita a sus interlocutores a buscar la verdad sin fiarse de las apariencias y las opciones admitidas” (Diálogos de Platón, 2004:8).

Platón plantea la existencia de una conjetura que consiste en el conocimiento sensible de menor calidad, incluido en lo que llama *doxa* u opinión y relativo a las imágenes o reflejos de las cosas.

“Mi dictamen es que continuemos llamando epistème (ciencia o sabiduría) a la primera y más perfecta manera de conocer, dianoia (ciencia por hipótesis) a la segunda; pistis (creencia, fe) a la tercera; eikasía (conjetura imaginativa) a la cuarta; comprendiendo a las dos últimas bajo el nombre de opinión (doxa), y las dos primeras bajo el nombre de inteligencia (nous); de suerte que lo perecedero sea el objeto de la opinión, y lo permanente el del nous (inteligencia)”

(Platón, La República, VII, 534 a).

Como hemos afirmado anteriormente, la noticia, o sea la información está compuesta de dos elementos: el **Acontecimiento**, o sea el contenido, el hecho; y su Forma, o sea la **Interpretación**. El acontecimiento será interpretado según sea el nivel intelectual del observador del mismo, así como por los valores dominantes del periodista o de la empresa informativa de la que se trate. Por ello podemos decir que existen varias posibilidades y grados del conocimiento

Partiendo de la anterior conjetura de Platón y trasladándola a teorías periodísticas, podemos encontrar que la clasificación de la noticia se podría adaptar al principio de las cinco *W*, que responde a las preguntas de qué, quién, cuándo, cómo y por qué.

Platón, por otro lado, contrapone la *doxa* a la *episteme*, ésta última traducida como conocimiento científico, la cual, según el filósofo griego, sólo tiene desarrollo en el mundo de las ideas (conocimiento intelectual) y no en el mundo sensible (conocimiento sensible). En la crítica platoniana a la *doxa*, se proclamaba un desprecio hacia quienes hacían del falso conocimiento y de la apariencia de sabiduría un medio de lucro personal o de ascendencia social.

La alegoría de la caverna muestra la relación entre *Doxa* y *Episteme*. Idea que daría lugar a los planteamientos conocidos como la ciencia periodística pura de Otto Groth, en la que se relaciona el acontecimiento con su interpretación, características esenciales de lo que conocemos como noticia.

Se trata de rechazar las opiniones en uso (*doxa*) para enfrentarse a la verdad (*Alétheia*). Pero en la profesión periodística esta confrontación es imposible, pues la información está compuesta de dos elementos esenciales, como ya hemos indicado con anterioridad:

el acontecimiento (Contenido) y su interpretación (Forma), o sea por la relación de interacción entre la *doxa* y la *alétheia*.

Debemos aclarar que en una transferencia analógica nosotros consideramos que de alguna manera la *doxa* corresponde al hecho, al acontecimiento en estado puro, sin ningún tipo de aditivo interpretativo. Podríamos afirmar que la *doxa* es el conocimiento vulgar, carente de cualquier tipo de manipulación.

Aunque no se trata tanto de buscar la verdad, sino de transmitir un hecho, un conocimiento en estado puro, pero debemos tener presente que éste está condicionado y producido por la dinamicidad del sistema social y que son muchos los elementos que interaccionan para producir una concomitancia. A lo que se le suma el hecho de que la interpretación se puede realizar en función de uno de los elementos que se relacionan y sus intereses propios. Lo que nos lleva a un sistema que puede ser entendido como una estructura en la que las partes condicionan el todo.

A los periodistas nos puede pasar lo que le pasaba a Sócrates, que con toda su profesión de no saber, confía en la existencia de la verdad. En nuestro caso, para los periodistas, existen los acontecimientos, y mediante la razón y el diálogo, puede alcanzarse y definirse el entendimiento del hecho, la verdad, aunque el camino sea arduo y algunos días la discusión no llegue a buen término y deje sembrada la duda y la aporía, siendo ésta un “enunciado que expresa o que contiene una inviabilidad de orden racional”. (*Diccionario de la Real Academia de la lengua Española*)

Y es en esa dimensión paradójica de la aporía donde reside la diferencia entre periodistas platónicos y socráticos, esos profesionales de la retórica y la alta cultura que venden su saber y enseñan a triunfar por la verdad (el acontecimiento). Incluso dudan de que exista la *alétheia* más allá de la *doxa* que se impone en las armas de la retórica. Para los periodistas es importante conocer esta relación, que realiza el alemán Otto Groth, cuya hipótesis principal es que la Forma puede determinar en un sentido u otro el Contenido. Por lo tanto, Groth hace un planteamiento en el que un mismo acontecimiento puede tener un valor determinado según sea su tratamiento. Quizás, desde una dimensión Espinosista, los periodistas nos movemos en el valor y el contravalor, según sea el interés de los usuarios y de la intención que queramos darle a un acontecimiento determinado. Para eso, el profesor Ventín (1994) ha formulado una

adaptación de los principios de Groth para aplicarlos al proceso de toma de decisiones en la Empresa Informativa: la selección de los acontecimientos.

3.2.2.1. Selección del Acontecimiento

El profesor Francisco Parra Luna (1983) plantea una serie de elementos para configurar una teoría formal del sistema social. Existen diversas corrientes de pensamiento que han demostrado la existencia de un “Patrón Universal de Valores” que se diferencia de un “Sistema de Valores”. El primero se limitará a relacionar nominalmente los valores perseguidos, mientras el segundo medirá el grado de realización alcanzado en cada valor. El primero se compone simplemente de una lista de valores que pueden ser, por tanto, comúnmente universales; el segundo de ninguna manera podría serlo, desde el momento en que el concepto “sistema de valores” pretende precisamente diferenciar los distintos acentos de realización puestos en los valores comunes.

De entre los psicólogos tomaremos la posición de Maslow. Existe una jerarquía dinámica en las necesidades. Se admite, como postula Maslow (1991) “que las necesidades fisiológicas son previas a las de seguridad y éstas a las de pertenencia y amor”. Generalmente, las últimas necesidades que aparecerán serán las citadas en quinto y séptimo lugar, de autorrealización y estéticas, respectivamente.

Para el profesor Parra Luna (1983: 225) el esquema de Maslow es criticable al menos por dos motivos: “1) porque no aparece explícitamente sometido al carácter de exhaustividad o de cerradez (sic) sistémica (requisito que veremos a continuación) y 2) porque no resulta suficientemente explícito y operacional”.

Se dan dos tendencias respecto a la universalidad de las necesidades (Parra Luna, 1983): una, a nivel teórico; otra, a nivel operativo. Parsons representa la teórica. Para esta corriente, la sociedad debe plantear unos “requisitos funcionales” como consecuencia de sus propias necesidades. El modelo funcionalista de las necesidades del sistema social está conformado por una serie de requisitos: mantenimiento de pautas, adaptación al entorno, cumplimiento de objetivos e integración entre los elementos del sistema. Los dos inconvenientes más importantes son, por un lado, que es un modelo expresado en valores comunes; por otro, que no presenta una estructura sistemática concluyente. Además, son criticables desde el punto de vista ideológico. Otro aspecto criticable es que el sistema tenga que mantener actuaciones tradicionales. Si una sociedad está

integrada a la fuerza, puede que no sea positivo para la misma. La teoría de los indicadores sociales se ha propagado gracias a que organismos internacionales se han servido de ella. Ejemplos: ONU, OCDE, CEE. Estas sociedades persiguen valores comunes como salud, pobreza, analfabetismo. Subdividiéndose cada una de estas materias en listas de indicadores que tratan de operacionalizarlos. Pero también muchos indicadores nos dan los comportamientos de consumo social, así como los distintos niveles de necesidades.

“En el campo de la Antropología han surgido dos corrientes de pensamiento opuestas respecto al problema de la universalidad de los Valores. Por un lado, está la posición del relativismo cultural que podría ser representada por Ruth Benedict y M. J. Herskovits según la cual cada cultura perseguirá sus propios valores específicos. Por otro lado estaría la posición universalista que representan C. Kluckhohn y G. P. Murdock para quienes las necesidades y los valores que persiguen los pueblos se diferencian menos de los que se piensa cuando se toman en cuenta los aspectos fundamentales y no los accesorios. Decir también que tanto en el campo del derecho natural, como en el del derecho y política social, se mantienen la idea de que hay unos derechos inalienables y válidos en todo espacio y tiempo. La lectura de muchos manifiestos internacionales avala lo mencionado anteriormente. A nivel mundial hay un consenso axiológico universal” (Parra Luna, 1983: 227)

Algunos ejemplos: la Convención sobre el Genocidio de 1948; la Convención sobre los Derechos Políticos de la Mujer de 1952; las Convenciones sobre el Estatuto de los Refugiados de 1951 y de los Apátridas de 1954; el Protocolo Complementario de la Convención sobre la Abolición de la Esclavitud de 1956. Podemos decir que es posible la creación de un patrón referencial de valores, base de toda la teoría del sistema social.

Queremos lograr unos Patrones Referenciales de Valores (PVR) útiles a la investigación para la toma de decisiones de la Empresa Informativa, lo cual ha de plantear el poder cumplir una serie de requisitos teóricos y metodológicos. Estos requisitos son los mismos que deben satisfacer todo sistema de indicadores en general (Parra Luna, 1983: 229-231):

- **“Abstracción Axiológica.** Se exige que las necesidades del sistema han de expresarse en términos de Valores, que sean a la vez lo suficientemente abstractos como para lograr una aplicación general y lo suficientemente

concretos como para que la mirada del hombre de la calle perciba su significación.

- **Exhaustividad.** Exige que los valores de que se componga este patrón forme un sistema cerrado donde se postule que cualquier motivación, impulso o necesidad relevante de la persona o de la colectividad esté forzosamente comprometido en alguno o varios de estos valores. Nada, si es considerado a la vez querido y relevante por la colectividad, puede estar ausente de dicho Patrón.
- **Relevancia.** Exige que la condición de “Exhaustividad” se realice a través de un adecuado proceso selectivo de los valores que pueden clasificarse en: fundamentales, importantes, secundarios y despreciables. Y ello para todo el conjunto de las sociedades o grupos.
- **Empiricidad.** Exige que los Valores del patrón tengan un referente a la vez empírico y teórico.
- **Cuasi-Universalidad.** Exige que los Valores obedezcan a necesidades constantes en todas las sociedades del espacio estudiado.
- **Normatividad.** Se deriva del carácter cuasi-universalista del modelo.
- **Heurística.** Exige la adaptación y la adecuación del patrón a las necesidades concretas de cada investigación, a sus fundamentos ontológicos. Principio “heurístico” que además es aceptado en la práctica científica”.

Los Patrones Referenciales de Valores tiene se basan en nueve necesidades fundamentales:

Necesidad (N)		Función	Valor Perseguido (Y)	
Clase	Símbolo		Clase	Símbolo
De bienestar físico y psíquico	N ₁	Sanitaria	Salud	Y ₁
De suficiencia material	N ₂	Económica	Riqueza material	Y ₂
De protección contra las eventualidades	N ₃	Asegurativa	Seguridad y orden	Y ₃
De conocimiento y dominio sobre la naturaleza	N ₄	Investigadora y educativa	Conocimiento	Y ₄
De libertad de movimientos y pensamiento	N ₅	Liberadora	Libertad	Y ₅
De equidad	N ₆	Redistribuidora	Justicia	Y ₆
De poder y estima de los demás	N ₇	Prestigiadora	Prestigio	Y ₇
De armonía con la naturaleza	N ₈	Naturalista	Conservación de la naturaleza	Y ₈
De autorrealización	N ₉	Humanística	Calidad de las actividades	Y ₉

Parra Luna, 1983, p. 232

Por lo tanto, con Parra Luna y su análisis economicista de las necesidades, va a ayudarnos a la selección de acontecimientos que puedan ser del interés del Público Objetivo, así como la dimensión de Periodicidad que debemos darle a cada uno de los acontecimientos. Más adelante desarrollaremos la aplicación de Otto Groth a las características de los Contenidos: Universalidad y Actualidad y a las características de la Forma: Difusión y Periodicidad. Porque no podemos olvidar que esa relación de interacción entre los contenidos y su forma es la esencia misma del periodismo y de nuestro proceso de manipulación.

3.2.2.2. Contenido y Forma de la Información

Lo primero es identificar el **Contenido** como **Acontecimiento**, y darle las mismas características que le daba Groth, de tal manera que en el Acontecimiento están la Universalidad y la Actualidad.

- En la **Universalidad**, los periodistas, nos referimos a los individuos y la entendemos como todo aquello que afecta a los intereses o a las necesidades del mismo, teniendo en cuenta que la intensidad es distinta en cada persona. Los periodistas lo que hacemos es un proceso de agrupación de individuos que tienen una Universalidad parecida, de tal manera que el resultado final pueda ser una homogenización de la singularidad.
- La otra característica que mantenemos, partiendo de las definiciones de Groth, es la **Actualidad**, que podemos entender como el momento de máxima demanda de una de las necesidades o intereses de cada uno de los componentes del Público Objetivo. Lo ordenamos también por agrupamientos de demanda.

En la **Forma** de Groth hacemos también un pequeño traslado conceptual a la **Interpretación**, aceptando las características de Periodicidad y Difusión con pequeñas variaciones que nos van a servir para su aplicación, también, al proceso de toma de decisiones para configurar el Producto Formal.

- En la **Difusión**, como hemos visto anteriormente, residen los métodos que la comunicación emplea para los procesos de aprehensión. En realidad, y visto desde una dimensión economicista, en la Difusión es donde reside el valor

económico. Si decíamos que la empresa periodística creaba un producto compuesto de acontecimiento e interpretación, es ésta la que realmente se vende a los usuarios. El acontecimiento sólo se usa como método de captación de la atención (Ventín 2001:247). Vemos que los periodistas y la Ciencia Periodística lo que hace es trasladar al siglo XIX y siguientes los debates ya planteados entre Platón y Aristóteles. Por tanto, la Difusión es la traslación de los valores interpretativos de los acontecimientos al Público Objetivo.

- **Periodicidad** es el acto periodístico que tiene como fin determinar la vida de la noticia, a partir de dos concepciones:
 - **Periodicidad estructural**, que es la que marca el tiempo de vida de una estructura: diario, semanal, mensual, etc.
 - **Periodicidad coyuntural**, que define el tiempo de vida de un acontecimiento concreto en relación con otros que lo acompañan: por qué una noticia tiene tantos minutos, qué otra la precede, etc. Hecho en la que se basa parte de la estructura IKEA del profesor Ventín Pereira (2003).

3.2.2.3. La estructura programática del Producto Formal: la parrilla de programación

Desde una perspectiva teórica, el concepto de programación puede ser contemplado tanto desde un ámbito cuantitativo como cualitativo. Pero de lo que no cabe duda es que puede conformarse por la suma de los programas que emite una emisora. Ahora bien, ¿por qué unos programas? ¿Por qué un determinado tratamiento de la información?, ¿por qué un acontecimiento social y no otro? ¿Por qué una interpretación concreta a ese acontecer social?

Preguntas que responden al hecho de que la programación radiofónica debe ser la representación mimética (Mimesis Estructural) de los contenidos en relación con la estructura de necesidades, deseos, de cada uno de los individuos que componen nuestro Público Objetivo. (Ventín Pereira, 2003: 11-13)

Podríamos definir la programación como la información de las informaciones que estructuralmente hemos ordenado en función de la Universalidad y de la Actualidad de aquel sector de la población sobre el que queremos influir.

El profesor Martín Martín afirma “Visto desde la perspectiva de los objetivos finales que pretende cada emisora, la programación también puede ser definida como un arte de encuentro entre los programas y los públicos a los que van destinados, lo que supone la puesta en práctica de una técnica de doble articulación: la de los tiempos de emisión con la de los tiempos sociales; dicho de otra manera, los programas se sitúan a lo largo de un ciclo, por ejemplo las 24 horas de un día, de manera que puedan ser escuchados por aquellos a los que potencialmente se dirigen, con lo cual siempre deben tenerse en cuenta los presupuestos-tiempo de la audiencia, es decir, la manera en que los oyentes que interesan organizan su jornada diaria y también las posibilidades que tienen de oír los espacios que el programador dispone a lo largo de la parrilla” (Martín Martín, 2004: 21)

La programación es más que “la previsión de los programas que van a ser emitidos durante un tiempo determinado a través de una emisora de radio” (Muñoz y Gil, 1987:46) Es el primer contacto estructural y organizativo con la audiencia, donde se plasman los objetivos y valores de la Empresa Informativa mediante el acercamiento a su público objetivo con la mencionada estructuración de los contenidos que van a ser ofrecidos.

Programas que deben responder a una necesidad de efectividad en cuanto a la penetración e impacto en su Difusión. Pues es esta última característica la que permitirá una retribución económica a la empresa mediante, por ejemplo, la publicidad.

De esta forma, la programación se convierte en un elemento clave para la empresa informativa pues en su esencia, tanto en su estructuración como en su conformación, dependerá del mayor o menor acercamiento a la audiencia, mediante una oferta más o menos efectiva de los contenidos producidos por la misma.

Según Rodríguez Borges (2006) la elaboración de una programación de radio debe atender a una serie de factores que condicionan el resultado final, elementos que actúan tanto desde dentro como desde fuera de la empresa:

- **Doble coherencia** en cuanto a la distribución de contenidos, ya que deben responder tanto a los valores y objetivos perseguidos por la empresa como a los intereses y necesidades de la audiencia.
- **Planificación**, sin la cual no es posible una buena producción de contenidos que permita la consecución de los objetivos marcados por la empresa informativa. En este aspecto debemos destacar la propia estructura organizativa de la empresa como uno de los grandes condicionantes de la programación difundida.
- **Naturaleza jurídica**, un factor que determina los objetivos y fines de su actividad, y por lo tanto la programación de la misma. En el caso de las estrategias programáticas de la radiodifusión pública podemos afirmar que se caracterizan por el mandato constitucional que define su función y por el control legislativo que los diferentes estamentos de representación llevan a cabo sobre las emisoras.
- **Medios técnicos, humanos y económicos**, aspectos que influyen notablemente en los contenidos programados y los mecanismos de escucha de esa audiencia potencial. El tamaño de la emisora, desde su perspectiva técnica, condiciona la posibilidad de recepción del mensaje y por lo tanto de su audiencia. El propio canal, la forma de emisión produce importantes modificaciones al mensaje. De la misma forma, la autonomía programática se convierte en un elemento esencial en la creación de contenidos.
- **La competencia**, que llega a convertirse en un elemento determinante en la elaboración de una estrategia programática. Podemos afirmar que cada emisora de radio se posiciona con respecto al conjunto de las otras que emiten en una determinada zona de audiencia, un posicionamiento que obedece a una voluntad diferenciadora para destacar del conjunto de ofertas informativas. Tal y como expone Martí i Martí (1990:76) la persona encargada de diseñar la programación dispone de cuatro técnicas básicas para ofrecer un valor añadido a los contenidos difundidos por su estación:
 - Mediante una actuación por competencia directa, ofreciendo un espacio de características parecidas al que en ese momento es líder de audiencia.

- Con una actuación por alternativa, buscando contenidos sustancialmente distintos a los presentes en la oferta radiofónica consolidada.
 - A través de una actuación por eliminación, poniendo en marcha programas desconocidos en la zona pero ya existentes en otros lugares.
 - Por innovación, abriendo la posibilidad de incorporar novedades a las rutinas de producción de contenidos.
- **Hábitos del público**, ya que en función de esta característica los contenidos deben ser distribuidos de una manera estructurada a lo largo de las horas de emisión. Incluso en este aspecto podemos hacer partícipe a la propia empresa del impulso de las nuevas tendencias de escucha, a través de los Podcast. No podemos olvidar que los mensajes emitidos por los medios de comunicación de masa están orientados a un segmento específico de la población, a una audiencia concreta con unos intereses y unas necesidades específicas.

Podríamos resumir el concepto de programación como la respuesta al cómo se acerca la empresa a su audiencia.

Los Contenidos y las Formas del discurso radiofónico están sometidos a un cambio constante producido por las vinculaciones interactivas con su entorno sociocultural, la demanda de la audiencia, la oferta audiovisual, o el papel del medio con respecto a otros medios de comunicación.

Una taxonomía aceptable de los diferentes modelos de programación se topa con las mismas dificultades que los intentos de clasificación de los géneros radiofónicos, donde el resultado de dichas clasificaciones acaba dependiendo del criterio organizador elegido. Por ello, y basándonos en un aspecto estructural de aplicación práctica podemos retomar la división establecida por Rodríguez Borges (2006), quien establece tres clasificaciones principales en función de los contenidos programados, la estructura de la parrilla de programación y por los periodos temporales de referencia.

Respecto a la clasificación de la programación en **función de los contenidos** podemos distinguir entre:

- **Radio generalista.** Una emisora de servicio general, cuya oferta programática está compuesta por una amplia variedad de contenidos que se suceden a lo largo

del día con el propósito de captar audiencias amplias y heterogéneas, y donde se presta una atención especial a la información de actualidad. Se trata de “una radio orientada al entretenimiento, apelativa, dialógica y con predominio de la palabra” (Rodríguez Borges, 2006: 146)

- **Radio especializada.** Caracterizada por ofrecer unos contenidos monotemáticos destinados a un fragmento específico de la audiencia. Dentro de esta clasificación, a su vez, podríamos hablar de una radio especializada temática, compuesta por unos contenidos concretos, destinados a unos segmentos específicos de la audiencia y desarrollados en diferentes programas; y de una radio fórmula, caracterizada por una peculiar rigidez en su formato, con la que se satisface de forma inmediata las demandas de segmentos de audiencia muy específicos.

Continuando con esta taxonomía, hablaríamos de las programaciones en función de las **estructura de la parrilla de programación**, en donde distinguimos tres modalidades:

- **Programación mosaico.** Caracterizada por consistir en una sucesión de programas de distintos géneros y de corta duración. En este caso las franjas de mayor audiencia se reservan para los programas más populares, la información se distribuye a lo largo de las horas de emisión, en momentos discretos, a unas horas determinadas.
- **Programación por bloques.** Donde a diferencia de la clasificación anterior encontramos un gran programa contenedor (un magacín) que ocupa varias horas de emisión, y suele ser dirigido por un presentador que actúa como reclamo de audiencia. Dicho programa contenedor suele realizar un efecto de arrastre sobre los contenidos de la emisión, generando una fidelización de la audiencia. En esta estructuración la información puede ser tratada de forma más ágil, pudiéndose incorporar en cualquier momento de la emisión, desplazando o sustituyendo a alguno de los bloques temáticos de la parrilla.
- **Programación mixta.** La cual, tal como su nombre indica, se trata de una combinación de las dos anteriores, basados en la idea de la optimización de recursos. Con esta estructura se concentran los recursos técnicos, humanos y económicos entorno a los magacines e informativos, espacios que ocupan los

segmentos horarios de mayor audiencia, mientras que el resto de las horas de emisión se ocupan con programas de menor coste productivo. Suele ser muy habitual en las emisoras locales.

La última clasificación en torno a las programaciones se realiza teniendo en consideración los **periodos temporales** de referencia:

- **Programación anual**, en la que la oferta de los contenidos dispone de una vocación de continuidad, estableciéndose dos periodos diferentes:
 - **Programación de invierno o de temporada**, cuya duración se estipula desde el mes de septiembre a julio, constituyendo el segmento de programación más importante del año, momento en el que se concentran los recursos para obtener unos mejores resultados de audiencia.
 - **Programación de verano**, que surge como resultado del acoplamiento a los ritmos sociolaborales de la audiencia. Se trata de una programación que se completa con espacios específicos centrados en el ocio, el entrenamiento y la cultura, recuperando, por momentos, los rasgos de la programación en mosaico.
- **Programación semanal**, en donde distinguimos dos segmentos diferenciados:
 - **Programación de lunes a viernes**, espacio temporal de mayor audiencia.
 - **Programación de fin de semana**, momento en el cual ciertos espacios reciben una mayor atención, y donde suelen reducirse los programas informativos, aumentando la información de servicio, cultural y deportiva.
- **Programación diaria**, donde encontramos seis grandes bloques horarios, a lo largo de los cuales se distribuyen los contenidos programados:
 - **La mañana**, el bloque más importante, tanto por su duración (06:00 a 14:00 horas) como por el número de oyentes.
 - **El mediodía**, cuyo intervalo horario suele comprender las cuatro horas centrales del día (14:00 a 16:00 horas)

- **La tarde.** Comprendida por una amplia franja horaria (16:00 a 20:00 horas) que alberga contenidos homólogos a los de mañana pero con un tratamiento más distendido. Coincide con el prime time de la televisión, por lo que mantienen a la audiencia de radio en una de sus cuotas más bajas.
- **La tarde-noche.** Un bloque horario de tránsito (20:00 a 22:00 horas) donde se suele reproducir la estructura programática del mediodía. En este segmento horario la competencia con el medio televisivo ocasiona nuevamente que la audiencia radiofónica se sitúe en sus cuotas más bajas.
- **La noche.** Donde la información general y la deportiva retoman los niveles de escucha durante esta franja (22:00 a 01:30 horas) Destacar que a partir de las 00:00 horas la audiencia del medio radiofónico realza sus cuotas hasta alcanzar los máximos niveles de escucha.
- **La madrugada.** Un amplísimo bloque horario (01:30 a 06:00 horas) durante los cuales la radio más intimista hace aparición en las ondas. Suele estar compuesta por programas de larga duración, donde prima el tono confidencial y el diálogo pausado con el oyente, mediante programas de bajo coste.

4. Función Social de las Instituciones de Educación Superior

Hasta el momento hemos visto, a partir del binomio radio universitaria, la función que desempeña un medio de comunicación, una empresa informativa, en un sistema social, cuál es su objeto, cómo se organiza, qué papel juega la información y el público objetivo al que se dirige. Para poder establecer su relación con la dimensión universitaria, analizaremos la función social de las instituciones de educación superior.

Las universidades son organismos dinámicos en constante evolución e interacción con sus partes. Al igual que la sociedad y su influencia en la personalidad humana no es accidental, sino consustancial, las concomitancias entre Universidad y Sociedad debe ser el estado natural de las instituciones de educación superior (Jonh C. Super, 1993).

La docencia y la investigación, que tradicionalmente han sido las dos funciones por excelencia de las universidades, “cobrarán pleno sentido en función de los objetivos sociales, es decir, transpersonales, ya que sin este elemento, la investigación y la docencia pueden correr el riesgo, por la fuerza específica de su propia actividad, de alejarse de la realidad inmediata de su contexto” (Universidad Rafael Landívar, 2004: 5).

El historiador y ex rector de la Universidad de Buenos Aires, Argentina, José Luis Romero, en su discurso ante la III Asamblea de la Unión de Universidades de América Latina, celebrado en Buenos Aires en septiembre de 1958, expuso la identidad y la función que tenía y debía desempeñar la universidad latinoamericana, como una institución diferenciada de las universidades de Estados Unidos y Europa.

Esa diferenciación se da, básicamente, “porque las sociedades son distintas, porque la realidad de que se nutren es distinta” (José Luis Romero; 1958: 8). En esas sociedades (europeas y norte-americanas) las universidades únicamente tienen la función de “organizar el saber sistemático”. Esto es así porque:

“Las otras formas de saber se elaboran interna y continuamente en el crisol de una sociedad coherente: las corrientes de opinión, las respuestas a las situaciones reales, los sistemas de valores que requieren rápido ajuste en situaciones fluidas como las que caracterizan a la sociedad contemporánea” (José Luis Romero; 1958: 8)

Por el contrario, según José Luis Romero, en Latinoamérica la sociedad no es coherente. En este caso, la sociedad no está adecuadamente articulada: “son grupos yuxtapuestos

más que elementos de un todo orgánico, de manera que la comunicación entre ellos es difícil, y la formación de corrientes de ideas que circulen con fluidez por entre los grupos es compleja, lenta y difícil” (José Luis Romero; 1958: 8).

Esto conlleva a que se produzca un flujo de opinión que se distribuye con dificultad en una sociedad tolerante con los cambios de situaciones, pero que está desestructurada en cuanto a la comunicación de las relaciones intelectuales y sentimentales frente a esos cambios. Cambios, en principio lentos, que también pueden presentarse de forma violenta. “Los grupos lúcidos y sensibles se caracterizan en Latinoamérica por su constante insatisfacción frente a lo que les parece insensibilidad de las mayorías, y que no es en rigor sino dificultad en la elaboración de corrientes de opinión que arraiguen rápidamente en la conciencia común. Es aquí donde la universidad, como institución, como agente estructurado que cumple una función en el sistema, se encarga de promover unas corrientes de opinión que la “sociedad no genera sola, como lo hacen otras comunidades más homogéneas y mejor articuladas” (José Luis Romero; 1958: 9). Esta función es, a la que en Latinoamérica, le ha venido llamando Extensión Social.

4.1. Trayectoria latinoamericana de la función social de la universidad

Los centros de educación superior conservan unas características a lo largo del tiempo, se podría decir, inalterables. Pero hay otras, como los fines, su manera de actuar o la forma de relacionarse con su entorno que son elementos variables, dependiendo de las situaciones sociales predominantes y de la significación que el saber ha tenido en cada colectividad (José Luis Romero, 1958). La idea de universidad, por tanto, depende de su idiosincrasia, de un tiempo y de un lugar.

José Luis Romero (1958) diferencia dos tipos de instituciones de educación superior:

1. Las que cumplen una función de conservación y transmisión del saber tradicional.
2. Las que plantean su razón de ser en aras de la renovación y el cambio social.

Esta concepción, relativamente nueva para las universidades europeas, lleva más de un siglo trabajándose en Latinoamérica. Esto se debe (José Luis Romero, 1959) a que a las instituciones de educación superior de este continente se les exige mucho más que a las europeas y norteamericanas: mientras que estas universidades sólo se centran en la docencia y la investigación, y la sociedad únicamente espera eso de ellas, pues hay otras instituciones que conforman y funcionan para llevar a cabo la satisfacción de

necesidades de índole social, político e ideológico, las iberoamericanas han tenido que atender estas otras necesidades.

Una de las razones es que tanto la concepción universitaria colonial como republicana se dirigían a una sección muy reducida de la sociedad. Se pasó de una relación de poder peninsular a criollo. Otro de los motivos fue que la universidad de la independencia implantó el modelo napoleónico de las escuelas profesionales y de las academias e institutos. La investigación científica se separó de la docencia. La ciencia y la cultura fueron relegadas a un segundo lugar, frente a la profesionalización en el quehacer universitario (Carlos Tünnermann, 2000).

El papel que debía desempeñar la universidad latinoamericana comienza a concebirse en 1908 en el Primer Congreso Internacional de Estudiantes Americanos, celebrado en Montevideo (Universidad Rafael Landívar, 2004). En este encuentro se asentarían las bases de la Reforma de Córdoba de 1918.

La reforma de 1918 (Tünnermann, 1998) no sólo replantearía la concepción académica de la universidad, sino también su dimensión social. La clase media propondría a la institución de educación superior como el canal para lograr su promoción política y social. Esta reforma, en su Manifiesto Liminar, se establecería los primeros planteamientos socio-políticos más allá de la docencia, a través de la extensión: se “agregó al típico misional clásico de la universidad un nuevo y prometedor cometido, capaz de vincular [a la universidad] más estrechamente con la sociedad y sus problemas, de volcarse hacia su pueblo, haciendo a ésta partícipe de su mensaje y transformándose en su conciencia cívica y social” (Tünnermann, 2000: 2).

La extensión universitaria y la difusión cultural como acciones misionales de la universidad, contribuyeron a generar mayor concientización, identidad y politización de las estructuras universitarias, al asumir éstas un quehacer que otras instituciones de otras latitudes no tenían.

En 1949, en la universidad de San Carlos de Guatemala, se celebraría el Primer Congreso de Universidades Latinoamericanas, en la que se discutiría sobre el concepto de universidad como identidad latinoamericana, se definiría su acción social y su extensión cultural. Se determinó “proyectar el quehacer universitario a todas las esferas sociales que constituyen la realidad nacional” y se estableció que la extensión debía abarcar el campo de los conocimientos científicos, literarios y artísticos, utilizando

todos los recursos que la técnica contemporánea permitía poner al servicio de la cultura” (Universidad Rafael Landívar, 2004: 6). De esta forma, la extensión se empezaría a aplicar desde dos dimensiones: una social y otra cultural.

En lo referido a la acción social, la resolución del congreso determinó (citado por (Tünnermann, 2000: 3-4) que “la universidad es una institución al servicio directo de la comunidad cuya existencia se justifica en cuanto realiza una acción continua de carácter social, educativa y cultural, acercándose a todas las fuerzas vivas de la nación para estudiar sus problemas, ayudar a resolverlos y orientar adecuadamente las fuerzas colectivas” pues “no puede permanecer ajena a la vida cívica de los pueblos, pues tiene la misión básica de formar generaciones creadoras, plenas de energía y fe, conscientes de sus altos destinos y de su indeclinable papel histórico al servicio de la democracia, la libertad y de la dignidad de los hombres”. Y en cuanto a la extensión cultural se determinó que las acciones universitarias debían articularse coordinadamente “por medio de departamentos especializados” con los que “abarcara el campo de los conocimientos científicos, literarios y artístico”.

De este congreso surgiría la Carta de las Universidades Latinoamericanas, del que se materializaría el ideario de la Unión de Universidades de América Latina (UDUAL). Se declararían los siguientes objetivos y fines de las universidades latinas (citado por Tünnerman, 2000: 4):

“El derecho de todos los hombres a participar en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a compartir los progresos científicos y sus beneficios; contribuir a la elevación del nivel espiritual de los habitantes de la comunidad latinoamericana, promoviendo, difundiendo y transmitiendo cultura; mantener sus actividades en constante dirección a las realidades y problemas de su núcleo nacional, a efecto de que la Universidad sea la expresión real de su momento histórico y el perfil auténtico de la comunidad en que actúa; y para que no sea sólo una entidad y que acumula cultura y transmite el saber, sino un sistema activo de funciones que beneficien a la colectividad en que encuentra su génesis vital”.

En 1957 se convocaría en Santiago de Chile la Primera Conferencia Latinoamericana de Extensión Universitaria y Difusión Cultural, donde se establecería durante dos décadas el concepto de extensión:

“La extensión debe ser conceptuada por su naturaleza, contenido, procedimiento y finalidades, de la siguiente manera: Por su naturaleza, la extensión universitaria es

misión y función orientadora de la Universidad contemporánea, entendida como ejercicio de la vocación universitaria. Por su contenido y procedimiento, la extensión universitaria se funda en el conjunto de estudio y actividades filosóficas, científicas, artísticas y técnicas mediante el cual se auscultan, exploran y recogen del medio social, nacional y universal, los problemas, datos y valores culturales que existen en todos los grupos sociales. Por sus finalidades, la extensión universitaria debe proponerse como fines fundamentales proyectar dinpámica, y coordinadamente la cultura y vincular a todo el pueblo con la universidad. Además de dichos fine, la extensión universitaria debe procurar estimular el desarrollo social, elevar el nivel espiritual, intelectual y técnico de la nación, los conocimientos, estudios e investigaciones de la universidad, para permitir a todos participar en la cultura universitaria, contribuir al desarrollo social y a la elevación del nivel espiritual, moral, intelectual y técnico del pueblo”. (Jonh C. Super, 1993)

Si bien esta noción de extensión supuso un gran adelanto por parte de las universidades en su afán de proyectarse hacia la sociedad, la relación que se producía era unidireccional. Las instituciones de educación superior eran las que determinaban ese quehacer. Sería en la Segunda Conferencia Latinoamericana de Extensión y Difusión Cultural de 1972, celebrada en México, donde se reconocería que “la educación es un subsistema social que forma parte de un sistema global, pero con suficiente autonomía para influir en la sociedad y promover su cambio” (Serna, 2007. Citado por Sastre Vázquez; Zubiria A. y D’Andrea, R., 2010). De esta forma, según Tünnerman (2000: 5), “la extensión y difusión se realizan así mediante un canal de una sola vía, que va de la universidad, depositaria del saber y la cultura, al pueblo, simple destinatario de esa proyección y al cual se supone incapaz de aportar nada valioso”.

En dicha conferencia se comienza a analizar dialécticamente la relación educación-sociedad y universidad-sociedad, al determinar que “las universidades son instituciones sociales que corresponden a partes del cuerpo social y que la extensión es una de sus funciones. Por lo tanto, ella es fundamentalmente histórica y se da inmersa en el proceso social de los respectivos pueblos y en general de la América Latina”².

A partir de estos parámetros, situación de la sociedad y actitud que guarda la universidad respecto de la sociedad, se contemplan diferentes respuestas por parte de la Universidad hacia la sociedad (Tünnerman, 2000):

² II Conferencia Latinoamericana de Extensión Universitaria y Difusión Cultural. México, 1972.

1. Una sociedad tradicional en la que la universidad funciona como mecanismo de mantenimiento. La concepción de extensión se plantearía para la conservación del sistema.
2. Una sociedad en evolución en la que la universidad plantea acciones de cambio. La extensión se plantearía desde fórmulas que cuestionen el sistema.
3. Una sociedad en estado revolucionario que la que la universidad funcionaría como elemento contrarrevolucionario.
4. Una sociedad en proceso y cambio revolucionario en el que la universidad contribuye a la transformación. La extensión universitaria se articularía para evidenciar los elementos que justifican el cambio social.
5. Un contexto de integración social-universitario, en el que toda la comunidad accede y se involucra en igualdad de condiciones, creando un estado de real participación. Los fines sociales son armónicos con los de la universidad y la extensión se plantea en la promoción de elementos científicos, artísticos y técnicos para la realización individual y colectiva de los integrantes de la sociedad.

4.2. Diferencias conceptuales de la denominación función social de la universidad

Todo este recorrido que se inició en 1908 en el Primer Congreso Internacional de Estudiantes Americanos hasta la fecha, ha dado lugar a la conceptualización de diferentes tipos de función social de la universidad. Si bien todos mantienen una misma esencia, se pueden apreciar diferentes matices según el nivel estructural de su impacto y según las modalidades de aplicación práctica (U. Rafael Landivar, 2004):

- **Extensión Social Universitaria.** Se plantea desde la necesidad de expandir los servicios universitarios a la sociedad en general, a través de prestaciones de escuelas e institutos universitarios, departamentos o mediante otra dependencia, destinada a ofrecer formación continuada, aparte de la educación formal.
- **Proyección Social Universitaria.** Cuando la institución de educación superior busca un impacto estructural a través de las acciones que desempeña, como la investigación, con la que analiza un aspecto de la realidad y aplica los resultados para la solución de problemas.

- **Servicio Social Universitario.** Hace referencia a las acciones que lleva a cabo la universidad sobre su cuerpo discente, con el fin de concienciar y sensibilizar a los estudiantes para que identifiquen las necesidades locales sobre las que actúan.
- **Responsabilidad Social Universitaria.** Heredado de la dimensión empresarial, la institución de educación superior busca el desarrollo y bienestar social, más allá de sus obligaciones enmarcadas en un contexto académico, a través del mejoramiento de la calidad de vida de sus integrantes y del desarrollo económico sostenible.

4.3. La universidad como agente generador del cambio

Las universidades latinoamericanas han pasado por diferentes reconocimientos sociales (Dora Alicia Pérez y otros, 2009): en el siglo XIX tenía una misión formativa de líderes de clases altas y de creación de profesionales y técnicos de clases medias, en un contexto de conservación del orden hegemónico, a principio del siglo XX la población civil entendía la formación universitaria como una forma de ascenso social, a una concepción, a finales del siglo XX y principios del XXI, en “la que la universidad tiene que convertirse en uno de los factores principales del cambio profundo que exige la dramática situación actual” (Frondizi, 2005), con altas tasas de pobreza y fragmentación social.

La Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI: Visión y Acción (1998), expone:

“La segunda mitad de nuestro siglo pasará a la historia de la educación superior como la época de expansión más espectacular. A escala mundial, el número de estudiantes matriculados se multiplicó por más de seis entre 1960 (13 millones) y 1995 (82 millones). Pero también es la época en que se ha agudizado aún más la disparidad, que ya era enorme, entre los países industrialmente desarrollados, los países en desarrollo y, en particular, los países menos adelantados en lo que respecta el acceso a la educación superior y a la investigación y los recursos de que disponen”. (UNESCO, 1998)

La UNESCO menciona la pertinencia de la educación superior debe evaluarse en función de la adecuación entre lo que la sociedad espera de las instituciones y lo que éstas hacen. Ello requiere normas éticas, imparcialidad política, capacidad crítica y, al

mismo tiempo, una mejor articulación con los problemas de la sociedad y del mundo del trabajo. En la declaración, la UNESCO insta a determinar unas acciones concretas:

“La educación superior debe reforzar sus funciones de servicio a la sociedad y, más concretamente, sus actividades encaminadas a erradicar la pobreza, la intolerancia, la violencia, el analfabetismo, el hambre, el deterioro del medio ambiente y las enfermedades, principalmente, mediante un interdisciplinario y transdisciplinario para analizar los problemas y las cuestiones planteadas”. (UNESCO, 1998)

Para Zurita Chávez (2006), “la concreción de la responsabilidad social de las universidades en el siglo XXI va a depender, por un lado, de cómo se defina su misión y, por otro de los problemas que enfrente la sociedad en la cual ellas operan”. Esto permite concebir, por parte de las universidades, una extensión o responsabilidad social desde dos dimensiones, una exógena y otra endógena (Dora Alicia Pérez y otros, 2009). En su dimensión externa, la universidad contribuye al desarrollo del conjunto de la sociedad, y en su dimensión interna, la institución de educación superior no sólo prepara a los diferentes agentes e individuos de la sociedad desde concepciones profesionales, sino también humanas, haciendo ciudadanos responsables, con conciencia crítica y solidaria. En definitiva, ciudadanos integrales en valores democráticos.

La universidad (Dora Alicia Pérez y otros, 2009) tendrá diferentes modos y formas de alcanzar la transformación, a partir del diálogo con la sociedad: voluntariado, transferencia y extensión.

- **Voluntariado.** Parte de un concepto asociativo y una perspectiva solidaria. Para Shaw de Cristo (citado por Dora Alicia Pérez y otros, 2009: 45) “un actor voluntario es un actor social y agente de transformación que presta servicios no remunerados en beneficio de la comunidad, dando su tiempo y conocimiento realizando un trabajo generado por la energía de su impulso solidario, atendiendo tanto a las necesidades del prójimo y a los imperativos de una causa, como a sus propias motivaciones personales, sean éstas de carácter religioso, cultural, filosófico, político o emocional”. Esta forma estrecha los lazos de cooperación entre las universidades y la comunidad, a la vez que incrementa el compromiso de los estudiantes, docentes y personal de administración y servicios. Igualmente, este modo de afrontar el cambio social, hace que el estudiante retorne a la sociedad, a la comunidad, las posibilidades que le han dado de desarrollarse profesional y

académicamente.

Para el correcto desempeño de esta modalidad de cambio social, por parte de la universidad se deben diseñar equipos integrados por (Programa Nacional de Voluntarios Universitarios (citado por Dora Alicia Pérez y otros, 2009: 47):

- “Docentes e investigadores de materias afines a las carreras que prosiguen los estudiantes.
- Al menos 10 estudiantes regulares de universidades nacionales, provinciales e institutos universitarios nacionales.
- Carta con el apoyo y la participación de instituciones y organizaciones públicas o privadas de la comunidad. Esta articulación es formalizada a través de la firma de una carta de compromiso donde las partes explican el alcance de las tareas a realizar”

Las acciones más comunes giran en torno a servicios sociales básicos, medioambiente, economía social, promoción y preservación del patrimonio artístico, cultural e histórico, acceso a la información, educación y salud y promoción de los derechos civiles, políticos y del consumidor.

- **Transferencia.** La crisis de los años 90, en un contexto de “caída del Estado de Bienestar y auge de las políticas neoliberales” (Op. Cit. P. 49), hizo que las universidades buscaran alianzas y venta de servicios profesionales en el mundo empresarial. De esta forma se garantizarían recursos económicos para las instituciones de educación superior. Esta concepción supuso un relativo alejamiento de la concepción que se venía planteando de función social de la universidad, pero trajo consigo el que las universidades se sumergieran en el sistema productivo del país, como un “actor fundamental” en la reconstrucción económica y productiva de los Estados.
- **Extensión.** La extensión universitaria (Conclusiones de la II Conferencia Latinoamericana de Extensión Universitaria, 1972) es “la interacción entre la Universidad y los demás componentes del cuerpo social, a través de la cual ésta asume y cumple su compromiso de participación en el proceso de la cultura y de la liberación y transformación radical de la comunidad nacional”. La extensión universitaria tiene los siguientes objetivos (Carlos Tünnermann, 2000: 188):

- Contribuir a la creación de una conciencia crítica en todos los sectores sociales, para favorecer así un verdadero cambio liberador de la sociedad.
- Contribuir a que todos los sectores alcancen una visión integral y dinámica del hombre y del mundo, en el cuadro de la realidad histórico-cultural y del proceso de emancipación de la América Latina.
- Promover como integradora de la docencia y la investigación, la revisión crítica de los fundamentos de la Universidad y la concientización de todos sus estamentos, para llevar adelante un proceso único y permanente de creación cultural y transformación social.
- Contribuir a la difusión y creación de los modernos conceptos científicos y técnicos que son imprescindibles para lograr una efectiva transformación social creando, a la vez, la conciencia de los peligros de la transferencia científica, cultural y tecnológica cuando es contraria a los intereses nacionales y a los valores humanos”.

Estos objetivos resultantes de la II Conferencia Latinoamericana de Extensión Universitaria tienen como fundamento las siguientes pautas (Carlos Tünnermann, 2000: 189):

- Mantenerse solidariamente ligada a todo proceso que se dé en la sociedad tendiente a abolir la dominación interna y externa, y la marginación y explotación de los sectores populares de nuestra sociedad.
- Estar despojada de todo carácter paternalista y meramente asistencialista, y en ningún momento ser transmisora de los patrones culturales de los grupos dominantes.
- Ser planificada, dinámica, sistemática, interdisciplinaria, permanente obligatoria y coordinada con otros factores sociales que coinciden con sus objetivos, y no sólo nacional sino promover la integración en el ámbito latinoamericano”.

Se entiende la extensión como (Acuerdo 251, CIN, citado por Leticia Fernández Berdaguer, 2007) “un proceso de comunicación entre la universidad y la sociedad, basado en el conocimiento científico, tecnológico, cultural, artístico, humanístico, acumulado en la institución y en su

capacidad de formación educativa, con plena conciencia de su función social”. Por tanto, (Universidad Nacional de Cuyo, 1997) la extensión se presenta en la universidad desde los siguientes enfoques:

- La extensión desde una universidad democrática, autónoma, crítica y creativa, que parte del concepto de la democratización del saber y asume la función social de contribuir a la mayor y mejor calidad de vida de la sociedad.
- La extensión desde un enfoque comunicacional, que propone un diálogo interactivo y multidireccional con los diferentes actores involucrados en la relación.
- La extensión desde una concepción economicista, que interactúa en el mercado como una empresa más en el entorno.
- La extensión desde una universidad que se involucra en el desarrollo integral de la sociedad, que no solamente aporta el crecimiento cultural, sino también social y económico.

5. La Radio Universitaria: conceptualizando un medio a partir de sus manifestaciones

La radio universitaria ha sido un tipo de medio de comunicación que ha tenido un desarrollo propio y paralelo a la evolución de las radios privadas y estatales. Si bien es cierto, ese desarrollo ha sido particular, en sus modos y en sus formas, en los diferentes países de Latinoamérica, Estados Unidos y Europa.

Encontramos, a lo largo de la historia de la radio universitaria, emisoras que tuvieron origen experimental, como herramienta de “enseñanza e investigación”³ para la carreras de ingeniería; radios que surgen en un contexto formativo de los estudios de comunicación y periodismo en la que los alumnos realizan sus prácticas, como es el caso de las radios universitarias de España; emisoras que se plantean como herramientas de participación y expresión estudiantil⁴; o radios de divulgación cultural al estilo de la “londinense BBC” (Faus, 1973).

Realizar una tipificación de la radio universitaria es una titánica tarea, pues no existe un único formato radial con el que caracterizar a este medio. Según el profesor Omar Rincón no existe una idea clara sobre el quehacer y la programación de este tipo de medio:

*“Algunas instituciones tienen emisoras por darse imagen; otras porque quieren dar un aporte cultural; otras porque quieren mejorar sus ventas y matrículas; y otras la tienen para ponerse a la altura de las demás universidades que tienen emisoras, ya que se cree que eso da status dentro de la comunidad académica nacional”*⁵

Por definición, podríamos decir que una radio universitaria es aquel medio de comunicación que tiene un vínculo, ya sea en su estructura de producción, de organización o de contenidos, con una institución de educación superior, cuya función es la difusión de la cultura, la ciencia y la educación, así como contribuir al desarrollo formativo de estudiantes.

³ La primera radio universitaria de Latinoamérica tuvo lugar en la Universidad de Nacional de la Plata, Argentina, en 1924, como “elemento de enseñanza e investigación para la Radiotécnica”, en Asociación de Radios de Universidades Nacionales de Argentina. <http://www.aruna.org.ar/noticias/interior.php?id=142> Fecha de consulta 02/07/2014

⁴ Como sería el caso de las College Radio, emisoras concebidas y gestionadas por estudiantes universitarios dentro de sus campus.

⁵ La radio en la Universidad Javeriana, en Artículos de Fondo, Universidad Autónoma de Yucatán Mérida, Yucatán. <http://www.radio.uady.mx/ariadna/articulos/javeriana.html> fecha de consulta: 15/03/2013

Para entender el concepto de radio universitaria haremos un somero desarrollo del origen y estado actual de la radio universitaria en Latinoamérica y en el mundo, así como los procesos de creación de identidad a partir de las asociaciones y redes de radios universitarias.

5.1. Orígenes y esencias de las radios universitarias

Este apartado no pretende hacer una radiografía en profundidad del tejido mediático universitario radiofónico del mundo en el que se analicen programaciones, estructuras de producción y organización, sino una aproximación a un tipo de medio de comunicación que nos permita obtener, por un lado, un elemento conceptual y, por otro, una referencia para poder comparar y así identificar las particularidades de las radios universitarias en Colombia.

5.1.1. En el Mundo

De la historia de las radios hay poco escrito, y mucho replicado. En gran medida eso es consecuencia de un desarrollo (de la radio en general y de la radio universitaria en particular) basado en el empirismo, en el ensayo y error y en “las motivaciones” personales de quienes las impulsaron (Guillermo Gaviria, 2008) que ha hecho que se conserven pocos documentos históricos.

Esto mismo es lo que nos lleva a encontrar diferentes textos en los que se expone que la primera radio universitaria⁶ (Gallego, 2007; Fidalgo, 2011) se fundó en 1924 en Argentina, en la Universidad de la Plata; mientras que otros (Faus, 1973; Miller, 2007) exponen que la primera radio universitaria surgiría en Estados Unidos, en concreto en la Universidad de Wisconsin, mediante la emisora WHA, como una herramienta con licencia experimental concedida en 1915. Según Slotten (citado por Vázquez, 20012: 63):

“Durante un período aproximado de cuatro años, antes de que Estados Unidos se incorporara a la Primera Guerra Mundial, el Ministerio de Comercio otorgó licencias experimentales especiales (y algunas licencias educacionales especiales) a por lo menos 20 universidades públicas importantes en 16 estados y a más de 15 universidades privadas”

⁶ La Universidad Nacional de la Plata sostiene que fue la primera emisora:
<http://www.radiouniversidad.unlp.edu.ar/institucional/> Fecha de consulta: 03/07/2014

Según Vázquez, (2012), estas emisoras se centraron en contribuir al desarrollo de comunidades de personas adultas y rurales mediante enseñanza y educación en temas agrícolas. Su objetivo era el desarrollo socio económico de estos colectivos. Destacarían las emisoras WHA de la Universidad de Wisconsin, la WOI del Colegio de Agricultura y Artes Mecánicas de Iowa, WEO de la Universidad de Ohio y la KSAC de la Universidad Agrícola de Kansas por parte del medio oeste de los EEUU. En cuanto a las situadas en el occidente del país, Vázquez menciona a KOAC, de la Universidad Agrícola del Estado de Oregón. Del sudoeste de Estados Unidos sería la emisora KOB de la Universidad Agrícola de Nuevo México. Para 1925 se contarían 125 radios universitarias.

Este tipo de emisoras, después de una serie de regulaciones legislativas que dificultaron su desarrollo por intereses de las radios comerciales (Vázquez, 2012), se verían obligadas a asociarse con radios comunitarias, territoriales, no gubernamentales, étnicas, etc., para mantener y reivindicar su espacio y función como medio de comunicación. Sería en 1970 cuando ese trabajo colectivo daría lugar a la fundación de la *National Public Radio*.

Las radios sin ánimo de lucro se concentran en la actualidad en la NPR o en la Federación Nacional de Radiodifusores. Según Chaparro (Citado por Vázquez, 2012) la principal fuente de financiación de estas emisoras proviene de administraciones locales, de fundaciones, empresas multinacionales o los Estados.

Vázquez (2012: 65-66) identifica tres tipos de radios universitarias estadounidenses: las Radios Públicas pertenecientes a instituciones de educación superior, los *College Radio* y las *High School Radio*.

- **Radios Públicas Universitarias.** Este tipo de emisora pertenece a una institución de educación superior. No tiene por qué tener un nombre que la identifique a la universidad, pero sí que denote su función pública. Suelen tener un alcance medio, medio alto a nivel de Estado.
- ***College Radio.*** Son emisoras, en su gran mayoría, producidas y gestionadas por alumnos de los campus universitarios. En ella la programación está realizada por estudiantes y se suelen vincular a los programas académicos en los que se imparten asignaturas de comunicación, de forma que los alumnos pueden realizar sus prácticas. Tienen un alcance de radiofrecuencia limitado.

- **High School Radio.** Radios formativas de colegios de educación media que cuentan con una transmisión restringida.

Los procesos de asociación ha sido muy frecuentes en los diferentes países como una forma de trabajo en red y como un instrumento para la creación de identidad. En Estados Unidos existen cuatro grandes organismos que aglutinan las diferentes manifestaciones de radios universitarias (Martín Pena, 2013): Intercollegiate Broadcasting System (IBS), Broadcast Education Association (BEA), College Media Advisers (CMA) y College Broadcasters Inc. (BCI).

- **Intercollegiate Broadcasting System.** Es una organización no lucrativa que aglutina en torno a mil radios escolares y universitarias de diferentes tipos de emisión: radio frecuencia, cable, circuito cerrado, Internet, etc. Su principales funciones son las de representar a estas emisoras ante la Comisión Federal de Comunicaciones y litigios, promocionar la labor y función de esta clase de medios, contribuir a la formación continuada de sus miembros y facilitar el intercambio de experiencias y producciones.
- **Broadcast Education Association.** Es una asociación que busca incidir en la educación y en los medios digitales. Se preocupa por la actualización curricular de las carreras de comunicación a la realidad de los medios electrónicos y multimediales. Se fundó en 1955 y en la actualidad está conformada por cerca de trescientas instancias y departamentos universitarias y más de mil seiscientos docentes, estudiantes y profesionales. A esta asociación pertenecen dos revistas de divulgación e investigación: *The Journal of Broadcasting & Electronic Media* y *The Journal of Radio & Audio Media*.
- **College Media Advirsers.** Fundada en 1954, se planteó como una asociación nacional de medios universitarios (radio, prensa, revistas, etc.). En la actualidad cuenta con más de ochocientos integrantes, tiene una revista llama College Media Review y dispone de una organización sin ánimo de lucro, Center for Innovation in College Media, destinado a acompañar y asesorar en los procesos de adaptación tecnológica de los medios.
- **College Broadcasters Inc.** Es una organización que representa a los estudiantes de los medios de comunicación universitarios. Como asociación, busca incrementar su participación, así como promover las alianzas con los medios integrados por este colectivo.

En el caso canadiense (Vázquez, 2012) encontramos dos modelos: los *Campus Community Radio Station*, adscritos a Universidades y los *Campus Instructional Radio Station*, con objetivos formativos. Junto a otros medios, forman parte de la *National Campus and Community Radio Association*. En Australia existen cinco emisoras. Destaca la Red de Estudiantes de la Juventud (SYN). Según Cavahagh (citado por Vázquez, 2012: 74) “SYN es reconocido como uno de los más grandes proyectos de medios de comunicación juvenil en el mundo y llega a más de 125.000 personas de entre 12 y 25 cada semana, a través de radio, televisión, presencia en Internet con el impulso de más de 1.500 voluntarios”. Mientras que en Nueva Zelanda se encuentran siete emisoras estudiantiles pertenecientes a la red bNet.

En lo respectivo a Europa, a diferencia de Estados Unidos, las radios universitarias no se manifestarán de forma regular hasta la década de los 70 y 80. Esto se debe, en gran medida, a que los Estados ejercían un monopolio cultural con la propiedad de las radios públicas (Chaparro Escudero, 1998). La primera surgirá en Gran Bretaña en los años 60 (Vázquez, 2012) bajo el nombre de *Student and School Radio*. Tenía tendencia estudiantil. Existen en torno a 120 emisoras y el organismo regulador es el *Restrictive Service Licence*. En Francia se contabilizan unas 25 emisoras bajo la denominación de Campus Radio. La red que aglutina este tipo de emisoras se llama IASTAR (Asociación Internacional de Estudiantes de Radio y Televisión). Estas emisoras están dirigidas por estudiantes, pero tienen una audiencia que va más allá de las universidades. Estas emisoras reciben fondos públicos para su funcionamiento, al igual que las radios universitarias de Suiza. El caso holandés es más semejante al funcionamiento de las radios comunitarias, si bien cuentan con un tipo de financiación mixta, en el que perciben subvenciones provenientes de un impuesto directo recaudado por la Comisión para los medios. En la actualidad existen unas 70 radios universitarias. En cuanto a España, Italia y Alemania, el desarrollo de las radios universitarias será más tardío (Fidalgo, 2009), en torno a la década de los 80 y 90. En España la radio universitaria tiene una concepción formativa y estudiantil, donde la financiación corre a cargo de las instituciones universitarias. La primera estructura radiofónica surgirá en la Universidad Complutense de Madrid, a partir del Gabinete de Radio. Era una emisora de prácticas que emitía en circuito cerrado en 1986 (inédito). La radio universitaria que primero emitirá por radio frecuencia (FM) será la de la Universidad de la Laguna, a iniciativa de un grupo de alumnos del Colegio Mayor de San Fernando (Novelli y Hernando, 2011).

En 2011 se pondría en marcha la asociación de radios universitarias de España (ARU) conformada por 26 emisoras, y nacería con el objetivo⁷ de estar al servicio de la sociedad en general y de la comunidad universitaria en particular, contribuyendo al desarrollo de la ciencia, la cultura, el acceso a la información, representar al colectivo de radios universitarias, etc.

5.1.2. En Latinoamérica

La radio universitaria en Latinoamérica ha estado ligada, desde su nacimiento, a los procesos de cambio contemplados en las instituciones de educación superior: la extensión social.

Las universidades asumieron como propias las potencialidades que ofrecía la radiodifusión como instrumento para llegar a la conciencia de los diferentes agentes que componían su sociedad. Entendieron que la mejor forma de salir de las universidades, rompiendo el viejo concepto de claustro y liberándose del modelo colonialista y posterior republicano, era a través del diálogo que ofrecía la radio con los modos y formas de la cultura.

En el presente punto realizaremos un recorrido por el estado actual de la radio universitaria en Iberoamérica. Por una cuestión de representatividad y trayectoria, sólo nos centraremos en los países con mayor tradición en radiodifusión universitaria. Países como Argentina, México, Chile y Ecuador, que cuentan con una sólida estructura mediática y de redes de colaboración. Eso no significa que otros países no tengan excelentes emisoras universitarias. Países como Nicaragua, Paraguay o Venezuela también tienen una destacada trayectoria de la que también hablaremos.

5.1.2.1. Argentina

La primera radio universitaria de Latinoamérica se inaugurará, de forma oficial, el 5 de abril de 1924 en la Universidad Nacional de la Plata, con los objetivos de servir como un instrumento de investigación tecnológica y como mecanismo de extensión social, divulgación científica y cultural. Si bien 1924 fue el año oficial, esta emisora ya venía emitiendo de forma experimental desde el 23 de noviembre de 1923. En sus orígenes la dirección de la emisora estaría a cargo de profesores de la Facultad de Ciencias Físico-Matemáticas. El 21 de septiembre asumiría la dirección el profesor de Electrónica Enrique Fassbender, que impulsaría una serie de avances tecnológicos con los que se

⁷ <http://www.asociacionderadiosuniversitarias.es/> fecha de consulta 5/julio(2014)

permitiría hacer transmisiones desde diferentes puntos de la universidad y se instalaría una antena de potencia nominal de 1000 wats, con la que se podría sintonizar la emisora desde cualquier parte de Argentina e, incluso, desde países vecinos. En cuanto a los contenidos, la radio emitiría conferencias culturales y artísticas así como conciertos. El 21 de septiembre de 1927 se identificarían con la denominación LT2. En 1933 se llevaría a cabo un profundo replanteamiento de la programación de la emisora. El entonces rector, Ricardo Lerene, llegaría a la conclusión de que se limitaba el concepto de extensión social que las universidades habían asumido como una de sus funciones sociales. Para tal fin, creó la Comisión de Transmisiones por Radiofrecuencia, de forma que se articularían todos los departamentos de la universidad para la dotación de contenidos. Algunas de las novedades programáticas fueron la creación de espacios infantiles, de historia y de folclore regional. El 16 de abril de 1934 volvería a cambiar de denominación, LR11 y se adjudicaría la frecuencia 1390Khz. Hacia 1936 se habrían emitido 249 conferencias de extensión universitaria y 15 actos oficiales y audiciones musicales. (<http://www.radiouniversidad.unlp.edu.ar/> Fecha de consulta: 07/05/2014).

La segunda emisora de una institución de educación superior, surgiría el 18 de agosto de 1931 en la Universidad del Litoral la emisora LT10. La tecnología que emplearían era limitada, con lo que no el emisor no tendría mucho alcance. “La programación duraba solamente dos horas diarias y era estrictamente cultural. Se irradiaba música clásica, noticias del ámbito universitario, información agrícola ganadera, comentarios de arte y literatura, enseñanza de idiomas, divulgación científica, charlas y conferencias” (Carolina Asuaga, 2007: 187)

Hacia 1940 Argentina tendrá de forma operativa medio centenar de emisoras de radio. Casi un tercio de ellas, en torno a 13, funcionarán desde la capital. Durante el Peronismo un gran número de emisoras pasarán a manos del Gobierno Nacional. Si bien posteriormente serían devueltas. En 1944, por orden del Gobierno Nacional, se suspenderían las emisiones de la Universidad Nacional de la Plata, pero dos años, de forma experimental e irregular, volverían a emitir. Sería en 1948 cuando se reinauguren las emisiones.

La llegada de la democracia a Argentina trae nuevas oportunidades: innovación tecnológica como sistema de comunicación móvil, uso de servicios de agencias de información, etc. En 1989 se pondrá en marcha FM Universidad, cuya audiencia estaba centrada en la juventud. Por su espíritu, se convertirá en la alternativa cultural y musical

de la ciudad, pues sus contenidos girarán en torno a bandas de rock, escritores, actores, productores de cine y televisión, etc. (<http://www.radiouniversidad.unlp.edu.ar/> Fecha de consulta: 07/05/2014).

En la actualidad, existen en Argentina 47 radios universitarias, entre 33 Instituciones de educación superior. Emisoras que forman parte de la Asociación de Radios de Universidades Nacionales Argentinas (ARUNA). Esta asociación se fundaría el 7 de julio de 1998, con los siguientes propósitos (<http://www.aruna.org.ar/estatuto/> Fecha de consulta: 07/05/2014):

- Afianzar los principios y derechos que garanticen la existencia de una radiodifusión de origen universitario, libre y estable al servicio del país, que defienda los ideales democráticos y normas constitucionales que regulan la vida de la Nación y que estimule la cultura nacional y regional en todas sus expresiones.
- Agrupar a las distintas Universidades Nacionales, que tengan emisoras de radiodifusión sonoras para colaborar en el ejercicio de sus actividades y en defensa de sus intereses; auspiciar la difusión de sus trabajos en otras zonas o países, sugerir, plantear, motivar e impulsar sistemas compatibles de información que favorezcan su desarrollo y fortalecimiento.
- Fomentar, apoyar y desarrollar programas de capacitación de recursos humanos en el sector, para el perfeccionamiento de los sistemas de comunicación universitarios, estimulando su modernización técnica y administrativa.
- Determinar y proponer soluciones conjuntas a los problemas comunes. Propender a mejorar la legislación general que atañe a la radiodifusión universitaria, colaborando con los poderes públicos nacionales, provinciales y municipales mediante estudios, peticiones, proyectos de leyes o de cualquier otra medida tendiente a ese fin.
- Vincular a esta Asociación con las similares nacionales o extranjeras para el intercambio de iniciativas tendientes al progreso de los servicios de radiodifusión y su aplicación al ámbito universitario, pudiendo con tal fin celebrar convenios, organizar encuentros, congresos. La precedente enumeración es solo enunciativa, no limitativa.

Relación de Radios Universitarias de Argentina				
Universidad	Radio	Frecuencia	Web	Contacto
Universidad de Avellaneda	Radio UNDAV	F.M. 90.3 Mhz	http://www.undav.edu.ar/radioundav/	radioundav@undav.edu.ar
Universidad de Lanús	Megafón Radio	F.M. 92.1 Mhz	http://www.radiounla.com.ar	radiouniversidad@unla.edu.ar
Universidad Nacional del Litoral	LT10 - Radio Universidad Nacional Del Litoral S.A.	A.M. 1020 Khz	http://www.lt10digital.com.ar	administracion@radiounl.com.ar
Universidad Nacional de San Luis	Radio Universidad - LRJ 407	F.M. 97.9 Mhz.	http://radiofm.unsl.edu.ar	rj407@unsl.edu.ar
Universidad Nacional de San Luis – Villa Mercedes. FICES	Radio La Zona - LRJ 408	F.M. 97.9 Mhz.		lazona@fices.unsl.edu.ar
Universidad Nacional de Jujuy	La U Radio Universidad 92.9	F.M. 92.9 Mhz	www.unju.edu.ar	radiouniv@noanet.com.ar launoticias@gmail.com
Universidad Nacional del Comahue	Universidad – CALF	F.M. 103.7 Mhz	http://www.uncoma.edu.ar/extension/radio.html	radiouniversidadcalf@yahoo.com.ar
Universidad Nacional del Comahue	Antena Libre	F.M. 89.1 - Mhz 4.000 W	http://antenalibrefm.blogspot.com	fmantenalibre@gmail.com
Universidad Nacional de la Matanza	Radio Universidad	F.M. 89.1 Mhz	http://www.ru891.com.ar/	radio@unlam.edu.ar
Universidad Nacional de Misiones	FM Universidad -LRH301	F.M. 98.7 Mhz	http://fm.unam.edu.ar/	info@fm.unam.edu.ar
Universidad Nacional de Catamarca	Radio Universidad	F.M. 100.7 Mhz	http://www.unca.edu.ar/pagina-91-radio-universidad-118.html	fmunca@unca.edu.ar
Universidad Nacional de Tucumán	Radio Universidad - LRK 319	F.M. 94.7 Mhz	http://www.fm947universidad.com.ar/	fmuniversidad@se.unt.edu.ar
Universidad Nacional de Formosa	Radio Unaf - LRH851	F.M. 102.7 Mhz	http://www.radiounaf.com.ar/	
Universidad Nacional de la Rioja	LRJ 307 7	F.M. 90.9 Mhz	http://radiounlar.com.ar/	ndi@unlar.edu.ar
Universidad Nacional de la Patagonia Austral	FM UNPA	F.M.99,9 Mhz	http://www.fmunpa.com.ar/	rasinsten@unpa.edu.ar
Universidad Nacional de Mar del Plata	Radio Universidad	F.M. 95.7 Mhz	http://www.mdp.edu.ar	
Universidad Nacional de Salta	Radio Universidad	F.M. 93.9 Mhz	http://radio.unsa.edu.ar/	adio@unsa.edu.ar

	LRK 317			
Universidad Nacional del Sur	Radio Universidad del sur - LRI 218	A.M. 1240 Khz	http://www.radio.uns.edu.ar/	prensa@uns.edu.ar
Universidad de Buenos Aires	Radio UBA	F.M. 87.9 Mhz	http://www.uba.ar/radiouba/	oyentes@rec.uba.ar
Universidad Nacional de Córdoba	Radio Revés	F.M. 88.7 Mhz. 4.000 W	http://www.radioreves.com.ar	radioreves@yahoo.com.ar
Universidad Nacional de San Juan	Radio Universidad	F.M. 93.1 Mhz	http://www.radio.unsj-cuim.edu.ar	radiouniversidad@unsj-cuim.edu.ar
Universidad Nacional de Río Cuarto (Córdoba)	Radio 97.7 Universidad - LRJ 425	F.M. 97.7 Mhz	http://www.unrc.edu.ar/unrc/radio	
Universidad Nacional de Villa María	Radio UNVM 106.9	F.M. 106.9 Mhz	http://webarchivo.unvm.edu.ar/radioflash/index1.html	radiounvm@gmail.com
Universidad Nacional de Cuyo (Mendoza)	Radio Universidad - LRJ 403	F.M. 96.5 Mhz 4.000 W	http://www.radio.uncu.edu.ar/	fmunc@uncu.edu.ar
Universidad Nacional de Patagonia San Juan Bosco	Radio Universidad - LRF 309	F.M. 93.1 Mhz	http://www.infoweb3.unp.edu.ar/extension/index.php/comunicacion-y-medios/radio-universidad	radiounp@gmail.com
Universidad Nacional de Rosario	Radio Universidad	F.M. 103.3 Mhz	http://www.radio.unr.edu.ar	radio@unr.edu.ar radiounr@yahoo.com
Universidad Nacional de Santiago del Estero	Radio Universidad LRK 312	F.M. 92.9 Mhz	http://www.radiouniversidad.unse.edu.ar	fmunse@unse.edu.ar
Universidad Nacional de la Plata	Radio Universidad AM 1390	A.M. 1390 Khz 10.000 W	http://www.radiouniversidad.unlp.edu.ar/	secretaria@radiouniversidad.unlp.edu.ar
	Radio Universidad FM 107.5	F.M. 107.5 Mhz. 4.000 W	http://www.radiouniversidad.unlp.edu.ar/	secretaria@radiouniversidad.unlp.edu.ar
Sistema Integrado de Radios de la Universidad Nacional de Entre Ríos	UNER – Concordia	F.M. 97.3 Mhz	www.radios.uner.edu.ar	sirconcordia@uner.edu.ar
	UNER – Paraná 100.3	F.M. 100.3 Mhz	www.radios.uner.edu.ar	sirparana@uner.edu.ar
	UNER – Concepción del Uruguay	F.M. 91.3 Mhz	www.radios.uner.edu.ar	sirparana@uner.edu.ar
Universidad Nacional de Luján – Buenos Aires	Radio UNLu - LRI 385	F.M. 88.9 Mhz	http://www.prensa.unlu.edu.ar/?q=node/15	radio@unlu.edu.ar
Universidad Nacional del Centro Olavarría – Buenos Aires		F.M. 96.7 Mhz		radiou@soc.unicen.edu.ar
	La Tecno – LRI 411	F.M. 88.3 Mhz	www.fmlatecno.com.ar	fmlatecno@fmlatecno.com.ar

Radio Nacional Tecnológica	Regional Avellaneda	F.M. 88.3 Mhz	www.fmlatecno.com.ar	fmlatecno@fmplatecno.com.ar
	Radio UTN Bahía Blanca - LRI 392 Facultad Regional Bahía Blanca	F.M. 93.5 Mhz	http://www.frb.utn.edu.ar/radio/	radioutn.frb@gmail.com
	Radio UTNFRC - LRJ 405 Facultad Regional Córdoba	F.M. 94.3 Mhz	http://www.frc.utn.edu.ar/radio/	radio@extension.frc.utn.edu.ar
	Radio Estudio - LRI 362 Facultad Regional Delta	F.M. 107.7 Mhz	http://www.radioestudio.com.ar	radioestudio@frd.edu.edu.ar
	UTN FM 94.5 Facultad Regional Mendoza	F.M. 94.5 Mhz	http://www.fmutn.com.ar	utncomercial@gmail.com
	F.M. Universidad - LRI 365 Facultad Regional Paraná	F.M. 105.7 Mhz	www.fmuniversidad.com	direccion@fmuniversidad.com
	LRI 358 Facultad Regional Rafaela	F.M. 93.7 Mhz	www.universidadalare.com.ar	radioutn@argentina.com
	Radio Universidad - LRH 307 Facultad Regional Resistencia	F.M. 91.1 Mhz	http://www.frre.utn.edu.ar/radiouniversidad	radiouniversidad@frre.utn.edu.ar
	Facultad Regional San Nicolás	F.M. 100.5 Mhz		
	LRG 318 Facultad Regional del Neuquén	F.M. 92.1 Mhz	www.frn.utn.edu.ar/	pliscovsky@uacf.utn.edu.ar
Radio Nacional Tecnológica	FM Universidad Facultad Regional Santa Cruz	F.M. 97.9 Mhz	www.frsc.utn.edu.ar	mgoicoechea@uarg.utn.edu.ar
	La Tecno Facultad Regional Río	F.M. 93.5 Mhz	www.frrg.utn.edu.ar	cclark@frrg.utn.edu.ar

	Grande			
Universidad Nacional del Nordeste	Radio UNNE - LRH 447	F.M. 99.7 Mhz	http://www.unne.edu.ar/extension/radio_unne.html	radiounne@gmail.com

Elaboración a partir de ARUNA y Webs de emisoras

En términos generales, podemos decir que la radio universitaria argentina tiene una concepción muy ligada a la función social de las instituciones de educación superior, en concreto a la extensión social. Se plantea como un “proceso complejo de interacción y comunicación con la sociedad, apuntando a la promoción, gestión, y acompañamiento de la misma” (<http://www.uncoma.edu.ar/extension/presentacion.html> Fecha consulta 09/07/2014). En cuanto a sus contenidos, estas emisoras articular en sus programaciones espacios culturales, informativos y divulgativos. La música juega un papel muy importante como un elemento conductor de la cultural, las manifestaciones populares y corrientes emergentes juveniles. La información, contenido destacado en franjas programáticas periódicas de mañana y tarde, se centran en temas actualidad regional, pero no deja de lado la información nacional e, incluso, internacional, pues muchas emisoras emiten contenidos de radios internacionales como Radio Exterior de España o Radio Francia Internacional. En cuanto a los contenidos divulgativos, las radios universitarias estructuran, en programaciones tipo mosaico, espacios académicos realizados por departamentos de las instituciones de educación superior y/o profesores y alumnos, en los que desde una mirada universitaria hacia la sociedad se analizan hechos en contexto con los programas e investigaciones que se desarrollan en las universidades.

Por tanto, se puede decir, que el peso de los contenidos va, en primer lugar, los de carácter cultural y musical, seguido por los divulgativos y en tercer lugar, los informativos. Todo en aras de alcanzar los siguientes objetivos:

- Promocionar el patrimonio artístico y cultural
- Exaltar las manifestaciones y expresiones sociales
- Contribuir al desarrollo de una sociedad democrática y libre
- Promover una interacción entre las instituciones de educación superior y las sociedades en las que se mueven.

En gran medida, esto se debe al concepto de extensión social que se inició con la reforma de Córdoba, Argentina, de 1918 (Tünnermann, 1998) en la que se replantearía la concepción académica de la universidad y su dimensión social. Los académicos y

profesores, la universidad, vería la radio como el vehículo ideal para cumplir esa nueva función asociada de las instituciones de educación superior.

5.1.2.2. México

Sobre la radio universitaria mejicana encontramos múltiples fuentes (Vázquez, 2012; Tapia, 2003; Reyna, 2005; De Quevedo, 2004; UNESCO y UNIUES, 2007), por lo que sintetizaremos el origen y la concepción de la radio universitaria en Méjico.

Méjico será el tercer país latinoamericano en contar con una radio universitaria. En julio de 1937 se fundará Radio Universidad (Radio UNAM) en la Universidad Nacional Autónoma de Méjico (Nóveli y Hernando, 20011). En 1938, el 28 de junio, surgirá la segunda emisora, perteneciente a la Universidad de San Luis Potosí. Seis años después, en 1944, se inaugurará oficialmente la emisora de radio de la Universidad de Veracruzana.

No será hasta la década de los años 60 cuando comience el apogeo de las radios universitarias. Hasta entonces (Vázquez, 2012) la legislación de radiodifusión no contemplaba este tipo de emisoras. Será a partir de esta década cuando la radio universitaria quedará contemplada en la categoría de emisoras permitidas. La Ley Federal de Radio y Televisión determinará la naturaleza y propósito de las radios y televisión a partir de dos denominaciones: **concesionarias**, para las comerciales, que requerirán de una concesión por parte de Estado; y las **permitidas**, que serán todas aquellas oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios, que únicamente requerirán permiso del Estado.

En la década de los setenta se establece una política pública para impulsar el desarrollo cultural y educativo (http://www.uaz.edu.mx/noticias/uazsigloxxi/plana_siglo_21_no139.pdf fecha consulta 13/07/2014) que contribuirá con un gran desarrollo de medios universitarios. De esta forma (Vázquez, 2012: 153) “todas las instituciones de educación superior del país, tanto públicas como privadas, tienen derecho a solicitar frecuencia siguiendo los trámites oficiales a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para hacer sus labores de difusión cultural y de formación”.

Vázquez (2012) distingue 3 modos diferentes de concebir la gestión de las radios universitarias, según los fines y el tipo de institución en el que se inscribe la emisora:

- Las Universidades Públicas Autónomas tiene un tipo de emisión cultural, pues es su forma más afín para lograr el objetivo de difundir el conocimiento científico, tecnológico y humanístico.
- Los Institutos Tecnológicos conciben un tipo de escuelas radiofónicas, con las que establecer estructuras científicas y tecnológicas y crear mecanismos tendentes a formar integralmente a profesionales que sean capaces de afrontar los problemas que se plantean en la sociedad.
- Instituciones particulares que contemplan, también, las escuelas radiofónicas, pero más al estilo de los Campus Radio, con los que complementar la formación académica de sus estudiante mediante prácticas en carreras como Periodismo, Comunicación, etc.

La mayoría de las radios universitarias, precisa Vázquez (2012), forman parte de las unidades universitarias de Extensión y pertenecen a la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), que siguen una serie de lineamientos y estrategias comunes recogidas en los acuerdos La Educación Superior en el Siglo XXI, Líneas Estratégicas para su Desarrollo y el Programa Nacional de Extensión de la Cultura y los Servicios.

En el documento La Educación Superior en el Siglo XXI se determina que los medios de comunicación universitarios son una herramienta fundamental para alcanzar los objetivos de la misión 2020 del sistema de educación superior mejicano. En concreto, a la radio se le considera “un sistema vigoroso, que realizará sus tareas sustantivas de formación de profesionales e investigadores, de generación y aplicación del conocimiento y de extensión y preservación de la cultura, en condiciones de calidad, pertinencia, cobertura y equidad equiparables con los indicadores internacionales” (ANUIES, 1999: 8).

En cuanto al Programa Nacional de Extensión de la Cultura y los Servicios, la difusión cultural tiene como propósito principal:

“contribuir al desarrollo integral de los estudiantes, fortaleciendo sus conocimientos y valores, así como, extender la cultura nacional y universal a la sociedad; coadyuvar a la preservación, difusión e investigación de los valores tradicionales locales, estatales, regionales, nacionales y universales y

fomentar la formación de públicos para este tipo de actividades” (ANUIES, 1999b:24).

Para esos fines, la radio será considerada como uno de los mecanismos fundamentales. Más en un país donde la radio cuenta con una amplia tradición y es el medio informativo por excelencia que llega a múltiples estratos sociales (Vázquez, 2012).

Esa presencia, y la conciencia que tenían como medios destinados a alcanzar unos fines particulares, las radios universitarias conformaron el Programa Nacional de Colaboración de Radios Universitarias (PNCRU), que daría lugar al Sistema Nacional de Productoras y Radioemisoras de las Instituciones de Educación Superior (<http://sinpries.red.anuies.mx>, fecha consulta: 01/02/2014), avalado por la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior⁸

El SIMPRIES (Sistema Nacional de Productoras y Radioemisoras de las Instituciones de Educación Superior) tiene como objetivos:

- Fortalecer la función social de las instituciones de educación superior, mejorando y ampliando la cobertura de la difusión, divulgación y promoción de la cultura, del conocimiento científico, tecnológico, humanístico y artístico generado en ellas, contribuyendo además a la formación del sector de sus comunidades y de la población en general.
- Propiciar la amplitud y pluralidad de la difusión y divulgación de las tareas sustantivas de las instituciones de educación superior.
- Procurar que las productoras y radiodifusoras de las instituciones de educación superior tengan acceso a las nuevas tecnologías para fortalecer su actualización y desarrollo.
- Promover la capacitación, el desarrollo y la optimización de recursos humanos, técnicos y materiales; encaminados a elevar los estándares de calidad de los productos diseñados y producidos por SINPRIES.
- Mantener los vínculos interinstitucionales, que permitan establecer una relación estrecha con organismos nacionales e internacionales afines.

⁸ Estatutos Generales del SINPRIES. http://sinpries.red.anuies.mx/wp-content/blogs.dir/19/files/sites/19/2013/05/estatutos_radio.pdf

- Posicionar al SINPRIES como un canal de comunicación para el intercambio de experiencias profesionales en el campo de la producción, transmisión, capacitación, uso de tecnología y radiodifusión entre sus integrantes.
- Buscar espacios que permitan la difusión, exhibición y promoción del SINPRIES, así como la transmisión de los productos radiofónicos de las IES que no cuenten con una frecuencia autorizada.
- Establecer mecanismos eficientes de organización, planificación y coordinación que garantice el cumplimiento de la misión, los objetivos y normatividad del Sistema, así como la continuidad de cada una de las acciones emprendidas.

Según los datos del SIMPRIES⁹, existen en torno a 70 radiodifusoras y productoras adscritas a la red. En ella se distingues dos categorías (<http://sinpries.red.anuies.mx/nosotros/situacion-actual-de-la-red/>):

- **Radiodifusoras:** “órgano o dependencia de una IES que realice actividades en el campo de la comunicación radiofónica, que cuenta con la infraestructura técnica, material y humana para producir, transmitir programas y cuente con el permiso legal de una frecuencia radiofónica para promover y extender la cultura local, regional, nacional, y universal”.
- **Productoras:** “órgano o dependencia de una Institución de Educación Superior que realice actividades en el campo de la comunicación radiofónica, cuando no cuente con la infraestructura material y/o técnica para transmitir sus productos”

Sistema Nacional de Productoras y Radiodifusoras de las Instituciones de Educación Superior				
Universidad	Radio	Frecuencia	Web	Contacto
Universidad Veracruzana	Radio Universidad XERUV	A.M. 1550 Khz	http://www.uv.mx/radio/vivo.htm	radiouv@uv.mx
Universidad de Guadalajara	XHUG Guadalajara	F.M. 104.3 Mhz	http://www.radio.udg.mx/guadalajara/index.html	xhug@radio.udg.mx

⁹ <http://sinpries.red.anuies.mx>, fecha consulta: 01/02/2014

	XHUGA Ameca	F.M. 105.5 Mhz	http://www.radio.udg.mx/ameca/	xhuga@radio.udg.mx
	XHANU Autlan	F.M. 102.3 Mhz	http://www.radio.udg.mx/autlan/	xhanu@radio.udg.mx
	XHUGG Cd. Guzmán	F.M. 94.3 Mhz	http://www.radio.udg.mx/cdguzman/	xhugg@radio.udg.mx
	XHUGC Colotlán	F.M. 104.37 Mhz	http://www.radio.udg.mx/colotlan/	xhugc@radio.udg.mx
	XHUGL Lagos	F.M. 104.7 Mhz	http://www.radio.udg.mx/lagos/	xhugl@radio.udg.mx
	XHUGO Ocotlán	F.M. 107.9 Mhz	http://www.radio.udg.mx/ocotlan/	xhugo@radio.udg.mx
	XHUGP Vallarta	F.M. 104.3 Mhz	http://www.radio.udg.mx/vallarta/	xhugp@radio.udg.mx
Instituto Tecnológico de Celaya	XEITC	A.M. 1210 Khz	http://itcelaya.edu.mx/?r=departamentos/radio	
Universidad de Guanajuato	XEUG	A.M. 970 Khz	http://radioug.ugto.mx/	radioug@quijote.ugto.mx
Instituto Tecnológico de Tijuana	XHITT	F.M. 88.7 Mhz	http://www.itt.mx/	radiotectijuana@hotmail.com
Universidad Autónoma de Baja California	XHBA Mexicali	F.M. 104.1 Mhz	http://www.uabcradio.mx/	radio@uabc.mx
	XHUAC Ensenada	F.M. 95.5 Mhz		
	XEUT Tijuana	A.M. 1630 Khz		

Instituto Tecnológico de Mexicali B.C.	XHITM	F.M. 95.5 Mhz	http://www.itmexicali.edu.mx/xhitm/index.html	
Universidad Autónoma de Baja California Sur	XEUBS	A.M. 1180 Khz	https://www.uabcs.mx/difusion/inicio/index.php	
Universidad Autónoma de Campeche	XECUA	A.M. 1410 Khz	http://www.ujat.mx/interioradentro.aspx?ID=16464&NODO=316	radiouac@uacam.mx
Universidad Autónoma del Carmen	XHUACC	F.M. 88.9 Mhz	http://www.radiodelfin.com/889/	jacuna@delfin.unacar.mx
Universidad Autónoma de Chihuahua	XERU	A.M. 1310 Khz	http://ru.uach.mx/	agarcia@uach.mx
	XHRU	F.M. 105.3 Mhz		
Universidad Autónoma Ciudad Juárez			http://www.uacj.mx	arrodrig@uacj.mx
Instituto Tecnológico de Saltillo	XHINS	F.M. 100.1 Mhz	http://danielcomx.dyndns.tv/ http://its.mx/2014/	radiotec@xhins.com xhins@prodigy.net.mx xhins@its.mx
Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro	XESAL	A.M. 1220 Khz	http://www.radionarro.com/	rua1220@hotmail.com
Universidad Autónoma de Coahuila			http://www.uadec.mx/	amierva@hotmail.com
Universidad de Colima	XHUDC	F.M. 94.4 Mhz	http://www.ucol.mx/radio/	radio@ucol.mx
Instituto	-	-	http://www.conceptoradial.com	morihiel@itesm.mx

Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Ciudad de México				
Instituto Politécnico Nacional	XHUPC	F.M. 95.7 Mhz	http://www.radio.ipn.mx/	radioipn@ipn.mx
Universidad Autónoma Metropolitana	XHUPC	F.M. 94.1 Mhz	http://www.uamradio.uam.mx/	uamradio@correo.uam.mx
Universidad Pedagógica Nacional	RadioyTV UPM	-	http://radioytv.upn.mx/	http://www.upn.mx/
Universidad Iberoamericana	Ibero90.9	F.M. 90.9 Mhz	http://ibero909.fm/	contacto@ibero909.fm
Universidad Nacional Autónoma de México	UNAM	F.M. 96.1 Mhz	http://www.radiounam.unam.mx/	contacto@radiounam.unam.mx
		A.M. 860 Khz		
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo	Radio Nicolaita	A.M. 1370 Khz	http://radionicolaita.umich.mx/	radionic@jupiter.umich.mx
Universidad Autónoma de Zacatecas	Radio UAZ	F.M. 97.9 Mhz	http://radio.uaz.edu.mx/	rectoria@uaz.edu.mx radiouaz@gmail.com
Universidad Juárez del Estado de Durango	XEHD	A.M. 1270 Khz	http://www.ujed.mx/portal/Publico/RadioUniversidad.aspx	ujed@ujed.mx
Instituto Tecnológico de Durango	XHITD	F.M. 92.1 Mhz	http://www.itdurango.edu.mx/	-

Universidad Autónoma de Guerrero	XEUAG	F.M. 90.7 Mhz	http://xeuag840.jimdo.com/	xeuag840@hotmail.com
		A.M. 840 Khz		
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo	XHUAH	F.M. 99.7 Mhz	http://www.uaeh.edu.mx/adminyserv/dir_generales/dg_comsoc_relpub/radio/index.html	radiouniversidad@uaeh.edu.mx
Universidad Autónoma del Estado de México	XHUAX	F.M. 99.7 Mhz	http://www.uaemex.mx/uniradio/	radiouaem@uaemex.mx
Universidad Autónoma Chapingo	XEUACH	A.M. 1610 Khz	http://www.chapingo.mx/radiochapingo/live/ http://www.chapingo.mx/cultura/radio.php	radiochapingo@yahoo.com
Universidad Autónoma del Estado de Morelos	XHUAEM Cuernavaca	F.M. 106.1 Mhz	http://www.uaem.mx/comunicacion-y-medios/radio/barraprogramatica-2013-de-ufm-alterna	especialesufm@uaem.mx
	XHCUM Cuautla	F.M. 89.7 Mhz		
	XHJJM Jojutla	F.M. 91.9 Mhz		
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco	XHUJAT	F.M. 107.3 Mhz	http://www.ujat.mx/interioradentro.aspx?ID=16464&NODO=316	cead.academica@ujat.mx
Universidad Autónoma de Nuevo León	UANL	F.M. 89.7 Mhz	http://www.uanl.mx/radiouanl/programacion.html	
Universidad de Monterrey	-	F.M. 90.5Mhz	http://www.udem.edu.mx/Esp/Vida-Estudiantil/Pages/radioUdem/home-radio.aspx	radioudem@udem.edu.mx
Universidad Autónoma de Nayarit	XHUANT	F.M. 101.1 Mhz	http://www.uan.edu.mx/es/radio	lucinaherena@fmail.com
Universidad Autónoma "Benito	XEUBJ	A.M. 1400 Khz	http://www.uabjo.mx/radio.php	radiouniversidad@uabjo.mx

Juárez” de Oaxaca				
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	XHCHP	F.M. 96.9 Mhz	http://www.radio.buap.mx/	radiobuap@correo.buap.mx
Universidad Popular Autónoma de Puebla	-	-	http://www.upaep.mx/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=407&Itemid=1336	radio@upaep.mx
Universidad Autónoma de Querétaro	XHCUM	F.M. 89.5 Mhz	http://radio.uaq.mx/	radiouniversidadautonomadeq ueretaro@hotmail.com
	XEUAQ	A.M. 580 Khz		
Universidad Autónoma de San Luis Potosí	-	F.M. 88.5 Mhz	http://www.uaslp.mx/Spanish/DC/radiouniversidad/Paginas/radiouniversidad.aspx/	izavala@uaslp.mx
	-	A.M. 1190 Khz		
Universidad Autónoma de Sinaloa	-	F.M. 96.1 Mhz	http://www.radiouas.org/	willy@uas.uasnet.mx
	-	A.M. 1150 Khz		
Universidad de Occidente	XEUDO	A.M. 820 Khz	http://udo.mx/radio/	http://udo.mx/radio/index.php?option=com_content&view=category&id=79
	XHUDO	F.M. 89.3 Mhz		
Universidad de Sonora	XHUSH	F.M. 107.5 Mhz	http://www.radio.uson.mx/	universidad@radio.uson.mx
Universidad Autónoma de Tamaulipas	XHUNI	F.M. 102.5 Mhz	http://www.radiouat.mx/	http://www.radiouat.mx/
	Cd. Victoria			
	Nuevo Laredo	F.M. 104.9 Mhz		
	Reynosa	F.M. 90.5 Mhz		
	Matamoros	F.M. 90.9 Mhz		
	Mante	F.M. 92.3 Mhz		
	Tampico	F.M. 105.5 Mhz		
Universidad Autónoma de Tlaxcala	XHUTX	F.M. 99.5 Mhz	http://www.radiouniversitlax.com.mx/	-

Instituto Tecnológico Apizaco Tlaxcala	-	-	http://www.itapizaco-radio.blogspot.mx/p/mrp.html	http://www.itapizaco.edu.mx/
Universidad Autónoma de Yucatán	XHMIN Mérida	F.M. 103.9 Mhz	http://www.radio.uady.mx/	radio@uady.mx
	XERUY Mérida	A.M. 1120 KHz		
	Tizimín XHRUY	F.M. 94.5 Mhz		
Universidad Autónoma de Aguascalientes	XHUAA	F.M. 94.5 Mhz	http://radio.uaa.mx/webradio.html	xhuaafm@correo.uaa.mx
Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas	XHUCAH	F.M. 102.5 Mhz	http://radio.unicach.mx/masterpag e.php?pag=BIENVENIDA	unicachfm@unicach.mx
Tecnológico de Monterrey	XHTEC	F.M. 94.9 Mhz	http://frecuenciatec.mty.itesm.mx/index.htm	frecuenciatec@frecuenciatec.com.mx

Elaboración propia a partir de los datos del SINPRIES y webs de emisoras

Vázquez (2012), apunta que en México, hacia 1990, existían cerca de 1000 radios, de las cuales el 90% eran concesionarias (comerciales). Porcentaje que descendería hasta un 80% hacia 2011, lo que supone la existencia de 365 emisoras permisionadas. Es decir, públicas, de las cuales en torno 80 son radios universitarias.

Como resumen, podemos decir que las radios universitarias, en sus diferentes manifestaciones, son emisoras sin ánimo de lucro, dependientes de las Instituciones de Educación Superior, que persiguen los siguientes objetivos¹⁰:

- Fortalecer la función social de las instituciones de educación superior, mejorando y ampliando la difusión, divulgación y promoción de la cultura y del conocimiento científico, tecnológico, humanístico y artístico que se genera dentro y fuera de ellas.
- Difundir las tareas sustantivas de las Universidades e Institutos Tecnológicos.

¹⁰ Objetivos que definen el quehacer de las radios universitarias definidos en el SINPRIES <http://sinpries.red.anui.es/radios-de-las-ies/objetivos/> Fecha de consulta 14/07/2014

- Propiciar a través del SINPRIES la creación de redes estatales, regionales, nacionales e internacionales.
- Difundir los valores sociales, así como orientar la problemática social hacia el análisis y reflexión de posibles soluciones.
- Fortalecer los vínculos interinstitucionales a través del SINPRIES y establecer una relación estrecha con organismos afines

En cuanto a su estructura orgánica, es decir, la adscripción a la Institución de Educación Superior, las radios universitarias dependen de Vicerrectoría o departamento de Extensión Social, a la dirección de medios o a los programas de Comunicación Social y Periodismo (UNESCO/ANIUES).

Berlín (2000), llega a la conclusión de que la radio universitaria es como “una voz con tonos, tesituras y colores diferentes. Una y múltiple a la vez, la diferencia depende de los contextos regionales, históricos, sociales y educativos en los que se enclava. Las convergencias muestran la voluntad institucional de nuestras universidades o instituciones de educación superior de promover emisoras que delimiten sus marcas sonoras con los demás modelos existentes en México, tales como las estaciones oficiales, estatales o comerciales”.

5.1.2.3. Chile

En Chile, el 60% de las radios son llamadas “nacionales”. Este tipo de emisoras son cadenas territoriales que distribuyen, en el mayor de los casos, las programaciones producidas desde la capital al resto del país (www.reuch.cl fecha de consulta: 12/02/2014). Este hecho se convierte en la oportunidad de penetración e identidad de la radio universitaria, que se especializará en contenidos de carácter regional.

La primera emisora universitaria de Chile se fundará en la Universidad Técnica Federico Santa María, el 7 de abril de 1937. La programación se estructura en torno al concepto de universidad: pretende ser un “vehículo de extensión llamado a cumplir un rol importante en el desarrollo espiritual y cultural de la sociedad en la cual se encuentra inserta”. Los contenidos programáticos están conformados por música “seria, popular y folclórica” así como por espacios científicos, culturales, informativos universitarios y noticieros internacionales. Una de las características de la emisora es que cuenta con múltiples convenios con radiodifusiones estatales internacionales. Tiene una emisión

doble en F.M. (99.7 Mhz) y A.M. (1.450 Khz) (www.radio.utfsm.cl fecha de consulta 12/2/2014)

Entre 1959 y 1963 (Martín Pena, 2013) se fundarán 3 emisoras más: Radio Universidad de Concepción, el 14 de septiembre de 1959; Radio Valentín Letelier, el 16 de noviembre de 1961; y Radio Universidad de la Serena, el 26 de agosto de 1963.

La segunda emisora, Radio Universidad de Concepción, surgió como necesidad por parte de la institución de educación superior, de dar a conocer a la comunidad sus actividades y de difundir la cultura y la educación.

Por su parte, Radio Valentín Letelier, nacerá con una vocación cultural erudita, que posteriormente irá cambiando con motivo el contexto político y social, por una programación que recogerá las nuevas formas y expresiones populares a través de la “nueva canción chilena, el rock y el jazz, además de consolidar una política de compromiso social (<http://www.uv.cl/pdn/?id=3332> fecha de consulta 13/2/2014).

Radio Universidad de la Serena representa otro modelo de generación y desarrollo. Este medio de comunicación universitario nace “del esfuerzo de académicos y alumnos de la entonces Universidad Técnica de Estado (UTE)” La razón de ser de este medio “ha sido vincular a la institución con la comunidad” por medio de contenidos que dieran a conocer “las actividades institucionales” y la actualidad noticiosa con música y artes. (<http://www.userena.cl/index.php/comunicaciones/radio-universitaria> fecha consulta 14/7/2014).

En la década de los 70 se creará la Red de Radios Universitarias de Chile bajo el auspicio de Consejo de Rectores de las Universidades Chilenas. En la actualidad aglutina a 21 emisoras de radio universitarias. El objetivo de la REUCH es “fortalecer la radiodifusión universitaria chilena, a través de la asociatividad y la cooperación entre sus afiliados, promoviendo la difusión de música de alto nivel estético y folclórico, divulgación científica y cultural del quehacer universitario, información de interés local, regional y nacional, con un claro compromiso con el desarrollo cultural de las comunidades en que desarrollan su acción”. (<http://www.reuch.cl>, fecha consulta 15/3/2014).

Radios Universitaria de Chile				
Universidad	Radio	Frecuencia	Web	Contacto
Universidad de Tarapacá	Radio UTA	F.M. 95.9 Mhz	www.livestream.com/radiouta	-
Universidad Arturo Prat	UNAP FM	F.M. 107.9 Mhz	http://www.unap.cl/prontus_unap/site/edic/base/port/radio.html/	www.unap.cl/prontus_unap/site/artic/20100603/pags/20100603190913.html
Universidad de Antofagasta	Radio FM	F.M. 99.9 Mhz	http://www.radioua.cl/	http://www.radioua.cl/index.php/contact-us#.U8Q4iEDXQYs
Universidad Católica del Norte	Radio Sol Antofagasta	F.M. 97.7 Mhz	http://www.radiosol.cl/	-
	Radio Sol Calama	F.M. 96.1 Mhz		
Universidad Atacama	Radio UDA	F.M. 96.5 Mhz	http://www.radiouda.cl/	info@radiouda.cl
Universidad La Serena	Universitaria FM	F.M. 94.5 Mhz	http://www.userena.cl/index.php/comunicaciones/radio-universitaria	universitariafm@userena.cl
Universidad Valparaíso	RVL	F.M. 97.3 Mhz	http://rvl.uv.cl/new/	radio@uv.cl
		A.M. 940 Khz		
Universidad Técnica Federico Santa María	Radio UTFSM	F.M. 99.7 Mhz	http://www.radio.utfsm.cl/	david.dahma@usm.cl
		A.M. 1450 Khz		
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso	UCV Radio	F.M. 103.5 Mhz	http://www.ucvradio.cl/bsite/	prensaucvradio@gmail.com
Universidad de Santiago	Radio Usach	F.M. 94.5 Mhz	http://www.radiousach.cl/	radio@usach.cl
		A.M. 1240 Khz		
Universidad de Talca	Folclore 1240	A.M. 1210 Khz	http://radioemisoras.otalca.cl/	redesociales@otalca.cl
	Clásica 102.1	F.M. 102.1 Mhz		storres@otalca.cl
Universidad del Bio-Bio	Radio UBB	A.M. 1360 Khz	http://www.radioubb.cl/	ubb@ubiobio.cl
Universidad Concepción	Radio UDEC	F.M. 95.1 Mhz	www.radioudec.cl	secretaria@radioudec.cl
Universidad de la Santísima Concepción	UCSC Radio	A.M. 820 Khz	http://www.ucsc.cl/ucsc-radio/	http://www.ucsc.cl/contactanos/

Universidad de la Frontera	Radio UFRO	F.M. 89.3 Mhz	http://www.ufro.cl/web_extension/radio.html	comunicaciones@ufrontera.cl
Universidad Austral de Valdivia	Radio UACH	F.M. 90.1 Mhz	http://www.extension.uach.cl/index.php/organizacion/radio-uach-90-1-fm	radio@uach.cl
Universidad de Magallanes	Radio UMAG FM	F.M. 88.9 Mhz	http://www.umagtv.cl/radio/ http://www.umagtv.cl/ http://www.umag.cl/vcm/?page_id=592	pedro.moreno@umag.cl paula.viano@umag.cl
Universidad de Chile	RadioUChile	F.M. 102.5 Mhz	http://radio.uchile.cl/	diarioruch@gmail.com
Universidad Católica de Chile	Radio UC	A.M. 660 Khz	http://www.radiouc.cl/prontus_radiouc/site/edic/base/port/inicio.html	http://www.radiouc.cl/prontus_radiouc/site/artic/20101007/pags/20101007163435.html

Elaboración propia a partir de los datos de REUCH y webs de emisoras

Las radios que integran esta red chilena de radios universitarias comparten una misma cosmovisión: ser La Voz de la Universidad transmitiendo diariamente una programación de carácter humanista, sin fines de lucro, que armoniza la entretención, educación, información y cultura, contribuyendo así a la formación de audiencias críticas y más exigentes.

5.1.2.4. Ecuador

Sobre la radio universitaria ecuatoriana se encuentra muy poco escrito. Se podría decir que lo único que existe hacer referencia a la reciente creación, el 10 de enero de 2014, de la primera Red de Radios Universitarias de Ecuador (<http://www.r RUE.org> fecha de consulta 15/04/2014) que alberga en torno a una docena de medios de comunicación radiofónicos, de los cuales el 80% emiten de forma on-line y el resto mediante radio frecuencia.

Pero, ¿cuál puede ser la causa del reducido número de radios universitarias, respecto a países como Argentina, México o Colombia, la reciente existencia de esta red, así como que la mayoría de las que existen en Ecuador tengan una concepción netamente web? Para Juan Manuel Aguillo, director de Radio Universidad de los Hemisferios¹¹, una de las causas que han impedido el desarrollo de estos medios de comunicación universitarios es la acumulación de frecuencias que tenían las grandes corporaciones

¹¹ Red de Radios Universitarias del Ecuador, en <http://www.youtube.com/watch?v=tZ0sVKvQ9y0>

mediáticas empresariales, en la que el “97% de las radios en Ecuador son privadas”. Por tanto, la dimensión legislativa es la principal causa de que la radio universitaria no haya podido tener una frecuencia. De ahí que las emisoras universitarias hayan apostado por incurrir en la web como un medio para saltar las barreras burocráticas. Si bien, el presidente de Ecuador, Rafael Correa, llevó a cabo un proceso para renovar la legislación en este aspecto, de forma que en junio de 2013 se sancionó la Ley Orgánica de Comunicación¹², mediante la que se redistribuye por porcentajes las concesiones del radioespectro ecuatoriano, quedando un 33% para radios comerciales, un 33% para radios públicas y un 34% para radios comunitarias.

La Red de Radios Universitarias del Ecuador ha venido trabajando desde 2013 mediante tres encuentros en los que ha establecido una hoja de ruta para determinar su identidad como medios de comunicación, identificar sus vías de implantación en armonía con las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías, concretar las diferentes manifestaciones e interacciones que se dan con sus universidades y establecer una hoja de ruta para posicionarse mediante sistemas de cooperación nacionales e internacionales.

El primer encuentro se realizaría en octubre de 2013 en la Universidad de los Hemisferios, Quito, en el que se trataría mediante paneles, seminarios y talleres temas como la Ley de Medios y su incidencia en la radio universitaria, las tecnologías aplicadas a la radio, concepción colaborativas de las redes, etc. Fruto de este encuentro se firmaría el 29 de octubre de 2013 una carta de compromiso de adhesión e intención para la constitución de la Red de Radios Universitarias del Ecuador, entre Radio Hemisferios de la Universidad de los Hemisferios, Radio Universitaria de la Universidad de Cuenca, Radio Universitaria de la Universidad Central del Ecuador, Radio Cocoa de la Universidad de San Francisco, Radio FLACSO de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales y UTE Radio de la Universidad Tecnológica Equinoccial. En este encuentro se acuerdan los siguientes puntos:

- *“La Red de Radios Universitarias tendrá como propósito ser un espacio académico, comunitario, creado para estrechar vínculos entre las instituciones educativas del país que actúan en el campo de la comunicación radiofónica.*

¹² Ley Orgánica de Comunicación, Asamblea Nacional de Ecuador, en http://www.asambleanacional.gob.ec/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf

- *El objeto principal de la red de radios será contribuir acercamiento, desarrollo y fortalecimiento de las relaciones académicas y comunicacionales entre las instituciones integrantes de la red.*”¹³

Para eso, mantendrá como fines:

- *“Visibilizar la existencia y el trabajo de las Radios Universitaria del País.*
- *Fomentar la identidad de la radio universitaria como una categoría específica en el contexto radiofónico nacional.*
- *Construir nuevos espacios que refuercen la función social y el carácter públicos de los medios radiofónicos universitarios.*
- *Establecer líneas de acción conjunta, desde la perspectiva de la solidaridad y el apoyo mutuo.*
- *Promover y desarrollar el uso y la aplicación de Software Libre en la producción y programación de materiales radiofónicos”*¹⁴.

El segundo encuentro se realizaría el 9 y 10 de enero de 2014 para analizar el papel de la radio y la universidad en la sociedad, así como para firmar el acta fundacional de la Red de Radios Universitarias, tras el compromiso al que se había llegado durante el primer encuentro en octubre de 2013¹⁵. Fruto del encuentro se firmó un documento en el que se estableció una comisión temporal que se encargará de¹⁶:

- Establecer mecanismo ágiles d difusión, entre las distintas Universidades del Ecuador sobre la conformación de la RRUE (Red de Radios Universitarias del Ecuador)
- Elaborar y definir los estatutos a ser aprobados en asamblea general.
- Respetar la individualidad de gestión y definición de cada una de las Radios Universitarias adheridas a la Red.
- Desarrollar la plataforma tecnológica de visibilizarían de la RRUE e imagen corporativa.

¹³ Carta de Constitución de la Red de Radios Universitarias del Ecuador.
http://encuentroradios.comunicacionudlh.edu.ec/media/pdf/DOCUMENTO_CREACION_RRUE.pdf
 Fecha Consulta 15/07/2014

¹⁴ Carta de Constitución de la Red de Radios Universitarias del Ecuador.
http://encuentroradios.comunicacionudlh.edu.ec/media/pdf/DOCUMENTO_CREACION_RRUE.pdf
 Fecha Consulta 15/07/2014

¹⁵ II Encuentro de Radios Universitarias del Ecuador
<http://radio.ucuenca.edu.ec/encuentroRedRadiosUniversitarias/> Fecha de Consulta 15/07/2014

¹⁶ Acta de Constitución de la RRUC en <http://www.rrue.org/wp-content/uploads/2014/04/Acta-RRUE.pdf>
 Fecha de consulta 15/07/2014

- Desarrollar vínculos con las entidades de control de la Educación Superior y organismos de Estado y Gobierno así como con las redes de comunicación comunitaria y pública ya creadas.
- Tener un conocimiento total sobre los mecanismos generados por el Estado Ecuatoriano para la solicitud y/o obtención de frecuencias de señal abierta con el fin de brindar asesoría a las universidades que, por sí mismas, le plantean a la RRUE su intención de solicitarlas.
- Brindar asesoría en la realización de estudios de cobertura, adquisición de tecnología, creación y producción de contenidos y/o todo lo necesario para la instalación y puesta en marcha de emisoras de radio en las universidades que así lo solicitan a la red. Esta asesoría podrá ser cobrada o no en dependencia de la demanda de tiempo y esfuerzo del asesor el cual tendrá la decisión de los valores. Las universidades adscritas a la red tienen total libertad de solicitar estas asesorías a la RRUE y están facultadas plenamente a no hacerlo si así lo creyeran conveniente.
- Vincular a la RRUE con la Red de Radios Universitarias de Latinoamérica y el Caribe, RRULAC.
- Apoyar, instando las instituciones pertinentes, el desarrollo de programas radiofónicos y de intercambio convergente en todo el país.
- Desarrollar materiales de divulgación y de utilización común de las investigaciones y publicaciones llevadas a cabo por los miembros de la RRUE.
- Promover y participar activamente en las reuniones, encuentros, congresos y todo aquello que contribuya al desarrollo de la Radio Universitaria sean estos nacionales o internacionales, pero que no comprometan su independencia.
- Gestionar que todos los costos operativo o de representación de los integrantes de la comisión temporal sean asumidos por sus respectivas universidades.
- Promover la firma de convenios entre las distintas redes de radios universitarias ya constituidas internacionalmente para favorecer la movilidad de los miembros de la RRUE en cuanto a actividades de formación, investigación, maestrías, doctorados, etc., que favorezcan y fortalezcan al desarrollo del conocimiento radiofónico en nuestro país.
- Propiciar el establecimiento de mecanismos que faciliten la participación activa en la docencia y en la constitución de grupos de investigación de los miembros investigadores que hayan realizado un periodo de formación en el país o el

extranjero o estén desarrollando su carrera en el exterior como parte de las gestiones de la RRUE.

- Estudiar el establecimiento de niveles comunes de referencia, estándares curriculares e indicadores de calidad en los ámbitos de la enseñanza universitaria que tengan que ver con la radio.
- Motivar la creación de Radios Universitarias en aquellas universidades que aún no la posean y fortalecer desde el punto de vista teórico y práctico a las que ya las tienen.

Este documento puede suplir la falta de información sobre las radios universitarias de Ecuador¹⁷, en la medida que el acta fundacional de la red recoge, en esencia, las características, la idiosincrasia, de esta tipología de medio de comunicación:

- Son medios incipientes que están en pleno proceso de creación de identidad propia, y reconocimiento cara a la sociedad.
- Son radios que tienen la necesidad de explorar y definir sus estructuras y alcances a partir de las nuevas tecnologías de distribución, así como de explorar el sistema tradición de radiofrecuencia al que no han tenido acceso hasta el momento, mediante un acompañamiento y asesoría.

Sin duda, la radio universitaria en Ecuador jugará un papel importante al presentarse en la sociedad como una potencial alternativa en los modos y formas de hacer radio.

El tercer encuentro, celebrado el 19 y 20 de junio de 2014 en la Universidad Central del Ecuador, tuvo como tema central “El rol de las radios universitarias en la sociedad”. En dicho encuentro

Radios Universitarias del Ecuador				
Universidad	Radio	Frecuencia	Web	Contacto
Universidad Los Hemisferios	Radio Hemisferios	Internet	http://www.comunicacionudlh.edu.ec/index.php/radio-hemisferios	http://www.uhemisferios.edu.ec/
Universidad de Cuenca	Radio Universitaria	Internet	http://radio.ucuenca.edu.ec/	centro.info@ucuenca.edu.ec ucuenkaradio@hotmail.com

¹⁷ De todas las radios universitarias, a la fecha (15/07/2014), en sus plataformas naturales de distribución (la web), únicamente 6 tienen un apartado donde hablan de su misión, visión y objetivos; 7 contemplan su parrilla de programación; 7 ofrecen contenidos informativos y actualidad; y todos disponen de reproductores. Esto quiere decir que tienen un mundo de posibilidades por desarrollar.

Universidad del Azuay	Radio UDA	Internet	http://www.uazuay.edu.ec/	comunica@uazuay.edu.ec
Universidad Central del Ecuador	Radio Universitaria	A.M. 1280 Khz	http://www.uce.edu.ec/web/radio-universitario	radiouce.facso@uce.edu.ec
Universidad San Francisco	Cocoa Radio	Internet	http://www.usfq.edu.ec/sobre_la_usfq/servicios/educacion/idea/recursos_y_multimedios/Paginas/radio.aspx	rrpp@usfq.edu.ec
Universidad Tecnológica Equinoccial	UTE Radio	Internet	http://www.ute.edu.ec/recursos/radio.aspx	info@ute.edu.ec
Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales	FLASCO Radio	Internet	http://www.flasco-radio.ec/	flacso@flasco.edu.ec
Universidad Católica de Cuenca	Onda Cañaris	A.M. 1530 Khz	http://www.ondascanaris.com.ec/web/	info@ucacue.edu.ec
	Onda Cañaris	F.M. 95.3 Mhz		
	Catónline Radio	Internet	http://prodigitalsystem.com/catoonline/	
Universidad Politécnica Salesiana	UPS Qué nota Radio	Internet	http://www.upsquenotaradio.com/	http://www.upsquenotaradio.com/index.php/contactanos
Universidad Estatal de Milagro	Radio Prensa Interactiva	Internet	http://www.prensainteractiva.com	http://www.unemi.edu.ec/Sw_SWebUnemi/Webpages/SAtencionU/pw_contacto.php?ta=CW&mt=1
Universidad Católica Santiago de Guayaquil	UCSG Radio	A.M. 1190 Khz	http://www.ucsgrtv.com/radio/	http://www.ucsgrtv.com/radio/contactos.html

Elaboración propia a partir de los datos de la RRUC y de las web de las emisoras

5.1.3. Red de Radio Universitarias de Latinoamérica y el Caribe

Hemos visto que las radios universitarias latinoamericanas han tenido una realidad y desarrollo particular a lo largo de sus 91 años de existencia. Ha sido un quehacer que, en la mayoría de las veces, se ha impulsado a partir de la capacidad de trabajar en red a nivel nacional. Ese esfuerzo ha generado unos mecanismos de identidad tan fuertes que llegaron, incluso, a superar las barreras nacionales para construir una realidad y una función como medios de comunicación universitario a nivel de continente.

El 12 de noviembre de 2009, en la ciudad de San José, Costa Rica, se fundó la Red de Radios Universitarias de Latinoamérica y el Caribe, con los propósitos de afrontar las nuevas realidades comunicativas que trae la globalización, de adaptarse a los cambios tecnológicos, de pensar las nuevas formas y modos narrativos, de analizar la función que la sociedad espera que cumplan estos medios, de superar los retos de financiación, etc. Para eso la RRULAC define los siguientes objetivos:

- *“Fortalecer la radio de las instituciones universitarias dentro del contexto latinoamericano.*
- *Reforzar su función social.*
- *Propiciar alianzas internacionales para el desarrollo de sus propósitos.*
- *Fomentar y facilitar el intercambio de producciones y experiencias propias de su quehacer, tales como actualización, capacitación, programación, estudios de audiencia, archivos sonoros, evaluación y certificación.*
- *Desarrollar proyectos cooperativos que potencien su impacto.*
- *Divulgar y promover los valores culturales de los países latinoamericanos.*
- *Fomentar la creación de nuevas emisoras universitarias.*
- *Promover la libertad de expresión y el derecho a la información.*
- *Respetar los modelos de gestión de las emisoras y de las universidades miembros de la RRULAC.*
- *Coordinar, promocionar y fomentar espacios de encuentro entre sus Miembros y Asociados.*
- *Fomentar actividades de investigación y capacitación en medios, particularmente de radio.*
- *Participar en organismos, redes y espacios institucionales de radio universitaria.*
- *Apoyar la creación de redes de radio universitaria en los países de la región.*
- *Propiciar y gestionar relaciones con redes y radios universitarias del mundo”¹⁸.*

La RRULAC distingue dos tipos de integrantes, los miembros y los asociados. Los miembros son aquellas redes de radios nacionales suficientemente reconocidas que tengan una antigüedad mínima de 5 años y que entre sus integrantes haya, al menos, dos

¹⁸ RRULAC, <https://sites.google.com/a/rrulac.org/rrulac/encuentro-rrulac-2011> Fecha de Consulta 23/02/2014

emisoras que emitan por radiofrecuencia. La RRULAC únicamente permite como integrante a una red por cada país. Los asociados son emisoras que emitan por radiofrecuencia o por internet, pertenecientes a instituciones de educación superior públicas o privadas, que no forman parte de una red de radios nacional. Éstas tendrán voz, pero no voto en la toma de decisión de la RRULAC.

Inicialmente la red se conformó por las redes de radios de México, Chile y Colombia. En 2014, el número de integrantes está compuesto por 5 miembros conformados por las redes de México, Colombia, Chile, Argentina y Ecuador; y por 5 radios asociadas de Nicaragua, Paraguay, Uruguay, Venezuela y Méjico.

Integrantes Miembros de la RRULAC			
País	Nombre de la Red	Nº de universidades	Nº de emisoras
Argentina	Asociación de Radiodifusoras Universitarias de Argentina, ARUNA	30	41
Chile	Red de Radioemisoras Universitarias de Chile REUCH	17	22
Colombia	Red de Radio Universitaria de Colombia RRUC	40	58
Ecuador	Red de Radio Universitaria de Ecuador RRUE	14	14
México	Sistema Nacional de Productoras y Radiodifusoras de las Instituciones de Educación Superior SINPRIES	40	71
Nº Total de Países	Tipo de Red	Nº Total de Universidades	Nº Total de Radios
5	Nacional	141	206

Integrantes Asociados de la RRULAC			
País	Nombre de la Red	Nº de universidades	Nº de emisoras
México	Instituto Latinoamericano de la Comunicación	1	1

	Educativa - Radio ILCE		
Nicaragua	Universidad Centro americana - Radio Universidad	1	1
Paraguay	Universidad Nacional del Este - Radio Universidad	1	1
Uruguay	Universidad de la República - UniRadio	1	1
Venezuela	Universidad del Zulia - Luz Radio	1	1
Venezuela	Universidad de Carabobo - Universitaria 104.5 FM	1	1
N° Total de Países	Tipo de Asociado	N° Total de Universidades	N° Total de Radios
5	Radios	6	6

Total de Integrantes			
N° Total de Países	Tipo Integrantes	N° Total de Universidades	N° Total de Radios
9	Miembros y Asociados	147	212

Elaboración propia a partir de los datos de la RRULAC

Como parte de su labor de integración, capacitación y promoción de las radios universitarias, la RRULAC ha realizado 2 encuentros y está planificando un tercero. El primero se realizó del 4 al 7 de octubre de 2011 en Méjico, bajo el título de Desde Nuestros Acentos¹⁹. Tenía como objetivo analizar el papel de las radios universitarias a partir de la realidad de cada país. El segundo encuentro se realizó del 2 al 4 de octubre de 2013 en Colombia²⁰, cuyo tema central era “En Tiempos de Convergencia” en el que se dio un enfoque en comunicación y paz. El tercer encuentro tiene previsto realizarse en Ecuador.²¹

5.1.4. En Colombia

¹⁹ <https://sites.google.com/a/rrulac.org/rrulac/encuentro-rrulac-2011>

²⁰ <https://sites.google.com/a/rrulac.org/rrulac/segundo-encuentro-rrulac>

²¹ Red de Radios Universitarias de Ecuador <http://www.rrue.org/?p=395> fecha de consulta 15/07/2014

En la actualidad existen en Colombia 56²² emisoras adscritas a la Red de Radios Universitarias de Colombia, más media docena de ellas que no forman parte de la Red. Por tanto, podemos decir que existen en torno a 62 emisoras universitarias colombianas. Sin embargo, podemos afirmar que es una materia sin explorar. Actualmente no hay publicada ninguna tesis doctoral al respecto. Existe un artículo publicado por Guillermo Gaviria sobre el concepto de la radio universitaria en Colombia²³. Encontramos un artículo elaborado por Óscar Julián Cuesta, que habla de la evolución de LAUD Estéreo y de la radio de la Universidad Nacional de Colombia²⁴. Garay Acevedo analiza el papel de la radio cultural en Bogotá²⁵. Por último, Prado Caicedo realiza una breve reseña sobre los 15 años de Javeriana Estéreo Cali²⁶. Por tanto, no hay ningún estudio a nivel nacional que analice:

- El papel de la radio universitaria como medio de comunicación
- La relación entre el medio de comunicación y la institución universitaria a la que pertenece
- Determinación de objetivos y beneficios en la radio universitaria
- Metodología y estrategia de programación
- Adecuación de contenidos a las necesidades de los públicos objetivos
- El tipo de dirección que se lleva a cabo en estas organizaciones.
- La gestión y producción de contenidos
- Impacto e influencia social de las radios universitarias
- Tipologías de medios de comunicación universitarios

Los textos que encontramos no analizan, por consiguiente, la radio universitaria y sus múltiples manifestaciones, como un todo organizado y estructurado en un contexto social (colombiano) que cumple unas funciones específicas y busca unos determinados

²² En la tesis doctoral analizaremos 56 radios universitarias, que son las que figuran adscritas a la Red de Radios Universitarias de Colombia RRUC. www.radiouniversitaria.org

²³ Gaviria, Guillermo; La radio universitaria en Colombia; en 91.9 la Revista Que Suena... No. 24 (nov. 2007), p. 8-11.

²⁴ Cuesta M., Óscar Julián Historia de la radio universitaria: estudios de caso de la emisora de LAUD Y UN Radio. Ánfora 19 (34), 97-115. Universidad Autónoma de Manizales. ISSN 0121-6538

²⁵ Garay Acevedo, Juan Carlos; 30 años de radio cultural universitaria en Bogotá; en 91.9 la Revista Que Suena... No. 24 (nov. 2007), p. 12-23;

²⁶ Prado Caicedo, Juan Carlos; 15 años de la Emisora Javeriana Estéreo Cali 107.5 F.M. radio universitaria pionera en el Valle del Cauca; en Universidad Javeriana (Cali) No. 38 (jul.-dic. 2007), p. 12-14

objetivos, como medios de comunicación y como agentes pertenecientes a Instituciones de Educación Superior.

En este punto, por consiguiente, como primera parte sintetizaremos lo poco que se ha investigado sobre la radio universitaria en Colombia. En un segundo punto hablaremos de la legislación de medios, ya que como parte de un conocimiento normativo, determinará y nos ayudará a conceptualizar el quehacer de la radio universitaria en Colombia. Como último apartado, dentro del caso colombiano, hablaremos de la Red de Radios Universitarias de Colombia.

5.1.4.1. Collage de la radio universitaria en Colombia

Colombia fue el segundo país latinoamericano en contar con una radio universitaria, después de Argentina. Esa emisora pertenece a la Universidad de Antioquia y se fundó en 1933 con un doble propósito: primero como ejercicio experimental del Gabinete de Física de la Universidad con la puesta en funcionamiento de un emisor de onda corta, y como un proyecto para transmitir la esencia de la institución de educación superior de Antioquia. En 1938 se consiguió un equipo de onda larga en frecuencia HJAU 1100 Kilociclos y banda de 272 metros, lo que hizo que el Ministerio de Correo le otorgara la primera licencia. Tras esa licencia adquirió una nueva frecuencia, HJ4ABU 8650 kilociclos y banda internacional de 34 metros, que trajo consigo una programación diaria y renovación de equipos. A partir de este momento la Radio Cultural de la Universidad de Antioquia comenzaría a ser un referente en la ciudad²⁷.

En 1945 la universidad hará un gran inversión en la compra de 1500 disco L.P., lo que supuso mayores recursos sonoros para la programación. Tres años más tarde, con el asesinato de Jorge Liécer Gaitán, la transmisión de la emisora fue apagada. A finales de la década de los 40 se editará un boletín mensual que contendrá la programación y temas sobre arte y cultura. En 1952 la emisora recibirá otro avance técnico que incrementará la *“potencia a 1 kilovatio en la frecuencia HJAU, 1410 kilociclos, banda de 212 metros onda larga y HDJU 4805 kilociclos, banda de 62 metros en onda corta”*²⁸.

²⁷ <http://www.udea.edu.co/portal/page/portal/Programas/emisora/a.emisora/d.regiones/Medellin> Fecha de consulta 15/07/2014

²⁸ <http://www.udea.edu.co/portal/page/portal/Programas/emisora/a.emisora/d.regiones/Medellin> Fecha de consulta 15/07/2014

En la década de los 60 comenzarían a emitir en frecuencia modulada (F.M). Por este entonces la emisora ya estaba posicionada como un medio cultural y de incidencia en la vida política, artística y social. Cuando se cuenta con emisión en amplitud modulada (A.M.), se amplían las posibilidades programáticas planteando contenidos más incluyentes para los ciudadanos. A partir de la década de los 90 y hasta la actualidad, Radio Cultural de la Universidad de Antioquia crecerá hasta adquirir siete emisoras en F.M. y una en A.M llegando a todo el Departamento de Antioquia y limítrofes:

- 1.410 A.M. - Medellín y Valle de Aburrá
- 101.9 F.M. - Medellín y Valle de Aburrá
- 93.9 F.M. - Sistema de Radio Educativa en el Occidente
- 103.4 F.M. - Sistema de Radio Educativa en el Oriente
- 100.9 F.M. Sistema de Radio Educativa en el Suroeste
- 102.3 F.M. Sistema de Radio Educativa en el Urabá
- 94.3 F.M. Sistema de Radio Educativa Magdalena Medio
- 96.3 F.M. Sistema de Radio Educativa en el Bajo Cauca

La segunda radio universitaria de Colombia también surgiría en el Departamento de Antioquia, pero esta vez de mano de una universidad privada. El 11 de agosto de 1948 verá la luz Emisora Cultural Radio Bolivariana A.M. 1.110 Khz, de la Pontificia Universidad Bolivariana, bajo el impulso de su Rector Monseñor Monseñor Félix Henao Botero²⁹. El proyecto se iniciaría con el trabajo de un grupo de alumnos y con su primer director, el abogado Jaime Salazar Montoya, que en su discurso inaugural diría:

*“si la Universidad no se irradia, se muere. Es preciso tener una voz propia y hacerla resonar en toda América, y es preciso tener un pensamiento nuestro y hacerlo germinar en todo el mundo (...) desde hoy ha empezado nuestra voz a cubrir el espacio, y ella ha de ser siempre, como lo aprendimos de nuestros mayores, precisa, honrada, fecunda, católica y patriótica”*³⁰

Durante el periodo de prueba y experimentación se emitían contenidos musicales como tangos, bambucos, temas variados de entretenimiento y narraciones deportivas. En esta

²⁹

http://www.upb.edu.co/pls/portal/PORTAL.wwwv_media.show?p_id=52309270&p_settingssetid=4&p_settingssiteid=0&p_siteid=234&p_type=basetext&p_textid=52309271 Fecha de consulta 23/05/2013

³⁰

http://www.upb.edu.co/pls/portal/PORTAL.wwwv_media.show?p_id=33640000&p_settingssetid=28552601&p_settingssiteid=0&p_siteid=234&p_type=basetext&p_textid=33640001 Fecha de consulta 23/05/2013

fase, donde predominaba una dimensión casi de ensayo y error, se presentó un percance con el Aeropuerto Las Playas (el actual Olaya Herrera), pues su transmisión, por una configuración del transmisor, hacía transferencia con los equipos del aeropuerto impidiendo la comunicación entre las aeronaves y la torre de control. Afortunadamente, no supuso ninguna tragedia³¹.

Hacia 1955 la emisora lleva a cabo un proceso de reestructuración en sus contenidos y en su organización. Los estudiantes de la Facultad de Ingeniería Eléctrica administrarían los equipos y la dimensión técnica de la emisora, mientras que los alumnos de la Facultad de Derecho se encargarían de llevar la programación de la radio. Muchos de esos alumnos serían luego reconocidos profesionales de la industria cultural y comunicativa. Destacarían Bernardo Hoyos, Darío Cárdenas, Raúl Aguilar, Ivo Mejía, José Luis Restrepo, Jaime Salazar o Alberto Upegui. El desarrollo y crecimiento de la emisora se manifestaría con el aumento del tiempo de emisión de 7 a 18 horas en 1973 para, cinco años después, pasar a 24 horas de emisión los 365 días del año. El contar con emisión continua y diaria, se vería como una oportunidad, y necesidad, de incrementar la potencia del transmisor. De forma que en 1980 adquirirían un transmisor de 10 Kilovatios. Hasta entonces las emisiones eran en A.M., pero en diciembre de 1992 inaugurarán una emisora en Frecuencia Modulada, bajo el eslogan “La máxima nota”. Al contar ya con dos frecuencias, una en A.M. 1.110 Khz, y F.M. 92.4 Mhz, se diseña una estrategia de difusión planteando dos tipos de programaciones: la radio de amplitud modulada tendría unos contenidos tendentes a formar e informar sobre salud, religión, familia, educación, etc. Se denominaría Radio Bolivariana A.M. 1.110 Khz “Social Participativa”. Mientras que la emisora de frecuencia modulada plantearía una programación destinada a un corte socio-cultural y económico más alto: empresarios, eruditos, etc. En definitiva, personas “amantes de la música culta y especializada”. Se denominaría Radio Bolivariana F.M. 92.4 Mhz “Cultural Recreativa” (<http://www.radiobolivarianavirtual.com> fecha de consulta 23/05/2014)

Radio Bolivariana llevará a cabo alianzas con emisoras nacionales internacionales como la BBC de Londres, Radio Nederland, La Vos de América y Radio Vaticano, así como con empresas de transportes de Medellín, comenzando a ofrecer el servicio de música ambiente en las estaciones de Metro de la capital de Antioquia. A partir de 2009 comienza a emitir en *Streaming* por internet y comienza un proceso de renovación de

³¹ *Op Cit*, fecha de consulta 23/05/2013

equipos de transmisión y aumento de potencia que culminaría en 2012 (Henry León Estrada, 2008).

La tercera emisora universitaria de Colombia también vendrá de la mano de una universidad privada. La universidad Pontificia Javeriana de Bogotá inaugurará el 7 de septiembre de 1977 Javeriana Estéreo. Si bien sería la tercera, se fundará como la primera radio universitaria en Frecuencia Modulada de Colombia. Será un proyecto impulsado por el padre Alberto Múnera, Francisco Gil Tovar, decano de Comunicación, y Raúl Henao, profesor de ingeniería. Posteriormente serían directores Luis Eduardo Nates y el Padre Gabriel Jaime Pérez. En 1983 tomaría el timón Jürgen Horlbeck y desde 1997 la dirección la tomará Guillermo Gaviria. La emisora nacerá con un objetivo formativo, al estilo de Radio Sutatenza, como un complemento de educación a distancia, acompañado por música estilizada y de variedades. No sería hasta 1983 que Javeriana Estéreo encontraría su “rumbo”. Se analizó la oferta de contenidos que emitían Radio Cultural de la Universidad de Antioquia y Radio Bolivariana, y se determinó que manejaban un concepto de emisora culta “cerrada”, al estilo de la emisora eminentemente cultural *HJCK – La emisora de la inmensa minoría*, inaugurada el 15 de septiembre de 1950 (<http://www.hjck.com> Fecha de consulta 15/07/2014). Por lo tanto, se comenzó a ampliar el concepto de cultura y se incluyeron músicas populares con otros tipos de contenidos combinados al estilo de los formatos de las *Cogelle radio* de los Estados Unidos. Hasta entonces, la participación de los estudiantes en la emisora era prácticamente nula. A partir de 1989 se comienzan a abrir convocatorias para que ellos pudieran participar en labores de producción de la emisora. La programación siempre ha dado protagonismo a lo musical, por lo que la programación se empezó a trabajar a partir de criterios de ciclos y biorritmos (Garay, 2007).

En 1991 se crearía la Fundación Cultural Javeriana Estéreo, pasando a tener personería jurídica independiente a la de la Universidad. Esto le permitiría contar con mayor autonomía y capacidad de financiación, manteniendo su carácter no lucrativo. Hoy, la programación de Javeriana Estéreo, en la frecuencia modulada 91.1 Mhz, maneja contenidos culturales, musicales, informativos y académicos (<http://www.javerianaestereo.com/> Fecha de consulta 16/07/2014).

La cuarta radios universitaria se fundaría en Bogotá, en la Universidad Jorge Tadeo Lozano, con concesión de licencia en agosto de 1982, siendo rector Jaime Pinzón

López, que posteriormente pasaría a ser Ministro de Trabajo. Para su implementación, HJUT 106.9 F.M., recibirá asesorías de las emisoras de la Universidad de Harvard y de la Universidad Javeriana. Comenzaría emitiendo 7 horas al día. La primera voz que se escuchará en HJUT será la del periodista de Radio Nacional Guillermo Andrade Quintero. Desde su origen a la actualidad se han dado diferentes periodos marcados por la impronta de sus directores (<http://www.utadeo.edu.co/es/micrositio/emisora-hjut>, fecha de consulta: 5/06/2014):

- **Inicio: en busca de un espacio (1983-1984).** Enrique de Vengoechea Baraya será la persona encargada de iniciar las emisiones experimentales y de estructurar las primeras programaciones. Será una personas conocedora de la música y las artes. Formarán parte del comité de la emisora Bernardo Hoyos y Fernando Gómez Agudelo y la presidencia de la fundación a la que pertenece la emisora, Fundación para el Desarrollo Universitario, estará en manos de Lucía Jaramillo de Olarte.
- **Marcando identidad (1984-1985).** El segundo director será el filósofo y musicólogo César Giraldo. Contará en su equipo con Guillermo Andrade, voz oficial de la emisora e Inés Londoño, que como profesional de Radio Nacional concebirá la fonoteca de HJUT.
- **Apertura musical y aire rejuvenecedor (1985-1989).** La nueva directora, María de la Torre, marcará un giro en la emisora, en la medida que se torna más juvenil con contenidos musicales de salsa, del rock, boleros, tango, música popular de Colombia, Brasil, Francia e Italia. El programador de la emisora sería Camilo de Mendoza. Será un periodo marcado por reconocimientos por su desempeño en pro de la cultura: dos premio Simón Bolívar de Periodismo en 1986 y 1987 y un premio a la Investigación Cultural Simón Bolívar en 1988.
- **Vuelta al giro de corte culto (1989-1999).** En este periodo se recupera el estilo clásico de la emisora, de concepción culta, de manos de la directora Alma Byington de Arboleda, profesora de literatura de la Universidad de los Andes y del Externado. Como programador estará el musicólogo Julio Sánchez Reyes. La emisora contará con una renovación de equipos y digitalización de la fonoteca. Durante este periodo se conseguirán nuevos premios: premio Simón Bolívar de Periodismo en 1993 y 1996; una mención de honor, también en 1996. La

emisora recibirá una mención de honor del premio Gonzalo Jiménez de Quesada, en la categoría de Programa Cultural de la Ciudad y de los bogotanos.

- **“El buen hábito de la buena radio” (1999-2012).** En este periodo, Bernardo Hoyos Pérez, profesional con gran trayectoria en medios universitarios y culturales nacionales e internacionales, traerá la época dorada de HJUT. A la oferta programática de “buena” música clásica y popular, se le unirán contenidos informativos y periodísticos de la agenda cultural de Bogotá: conciertos, exposiciones, simposios, etc. Durante este periodo, también se llevará a cabo una renovación tecnológica en su sistema de distribución, nueva transmisión y emisión vía Internet, y de producción, se comienzan a digitalizar los estudios. En su dimensión financiera, HJUT comenzará a contar con el respaldo económico, vía patrocinios y publicidad, de empresas e instituciones privadas, públicas y fundaciones. En 2012 fallecerá su director, encargándose de la dirección el veterano Rogelio Delgado Gallego.
- **Continuismo (2012-2013).** Rogelio Delgado Gallego, periodista que acompañó desde 1985 a Bernardo Hoyos, será el director encargado de HJUT. Tendrá la tarea de no dejar decaer la programación y mantener las relaciones con todas las empresas que hasta el momento han venido apoyando el proyecto cultural de la emisora de radio.
- **Herencia de un legado: en aras de vislumbrar un nuevo horizonte (2013-2014).** El nuevo director que tendrá que enfrentar el legado dejado por Bernardo Hoyos será Fernando Toledo Zamora. Publicista, melómano, escritor y gestor cultural, asumió la dirección de HJUT con las siguientes palabras:

“Me encuentro ante la honrosa tarea de suceder al irremplazable Bernardo Hoyos, quien nos dejó como invaluable legado el perfil de una gran emisora y el diseño, junto con una extraordinaria planta de colaboradores que me seguirá acompañando, de un contenido excepcional. Confío en estar a la altura de semejante tarea y en mantener la alta calidad de una programación cuya esencia se conservará incólume”³²

Sus labores de dirección los compaginaban con una cátedra de música con estudiantes de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Quería compartir una gran inquietud con ellos: *“el mundo maravilloso que a lo largo de la vida me ha permitido ser feliz, es el mundo*

³² <http://www.utadeo.edu.co/es/noticia/destacadas/home/1/fernando-toledo-zamora-1948-2014> Fecha de consulta 15/05/2014

de la música. Por eso lo único que espero es que los estudiantes se acerquen a la música y los haga tan felices como a mí a lo largo de la vida.”³³

Un propósito: mantener la misma calidad, pero acercar todos esos contenidos a una nueva generación. Sus objetivos: acercar la cultura y el arte, en su lenguaje y en sus modos, a las futuras audiencias ante un inevitable cambio generacional; y adecuar la emisora a las nuevas corrientes de Internet. Proyecto que dejó iniciado y no terminó, pues falleció en junio de 2014. Fue un periodo corto, pero en el que se vislumbró un nuevo horizonte. Como director encargado volverá a tomar las riendas Rogelio Delgado Gallero.

Hasta entonces, las radios universitarias se habían configurado a partir de una visión cultural clásica, por influencia de grandes cadenas culturales internacionales, como la BBC de Londres, o por emisoras culturales nacionales como HJCK. UN Radio, la emisora de la Universidad Nacional inaugurada de forma oficial en 1991, se plantearía como una alternativa a esas concepciones. Buscaba articular su programación entre la academia y la actualidad (Garay, 2007). Carlos Raigoso, actual director del departamento de UN Radio, adscrita a la Unidad de Medios de la Universidad Nacional de Colombia, relata en una entrevista para Juan Carlos Garay (2007), que dos de los referentes que tuvieron a la hora de plantear esta emisora fue la Radiodifusora Nacional y Musicar Estéreo, en la medida que muchos de los integrantes de UN Radio provinieron de esas dos emisoras.

Si bien la fecha oficial es 1991, la radio venía trabajando desde mucho antes. Óscar Julián Cuesta hace una investigación sobre la historia de UN Radio (2012), en la que expone que el proyecto radiofónico de la Universidad Nacional se remonta a 1986, con el Acuerdo N° 126/1986 del Consejo Superior Universitario de la Universidad Nacional de Colombia y la Resolución N° 160 de 1986, en la que se “autoriza al Rector a firmar un contrato con el Ministerio de Comunicación para una concesión de Radiodifusión”. Esto hará que el 17 de noviembre de 1987 se lleve a cabo un contrato entre el Ministerio de Comunicaciones y la Universidad Nacional, por el que se le adjudicará la frecuencia modulada 97.4 MHz, bajo el distintivo HJYV y la denominación Radio Universidad Nacional. A partir de aquí, toda la estructura productiva académica de la universidad difundiría sus contenidos a través de este medio. De forma oficial, y bajo la dirección de Fernando Orjuela, se inauguraría en 1991 la emisora de radio de la Universidad

³³ Op Cit.

Nacional. En 1997 la radio quedaría articulada bajo la oficina de comunicaciones de la universidad, denominada Unidad de Medios de Comunicación – Unimedios. La Rectoría, mediante resolución 334 de 2007, determinaría la función de esta estructura de la universidad: *“producir elementos de análisis de la información y de los medios de comunicación que le permitan a la Universidad Nacional de Colombia observar las transformaciones sociales nacionales e internacionales que afectan la vida universitaria”* y a la radio le asignarían las siguientes funciones: *“establecer, producir y transmitir programación radial 24 horas del día, que promueva la educación, la cultura y la ciencia que se producen en la Universidad Nacional de Colombia (...) Producir y transmitir programas radiales educativos y culturales que promuevan la radio universitaria como alternativa cultural a nivel nacional y regional”*. (Rectoría Universidad Nacional, 2007, citado por Cuesta M, 2012, p. 108 y 109).

La emisora comenzaría emitiendo 8 horas diarias de lunes a viernes. Dos años después, en 1993, alcanzarían las 24 horas. Esos avances se generarían nuevas oportunidades, y una década después inaugurarían la emisora de la Universidad Nacional en Medellín, en la frecuencia modulada 100.4 MHz.

Hoy, tanto en UN Radio Bogotá 98.5 FM y UN Radio Medellín 100.4 FM tienen una programación que se articula entre sí con contenidos de producción propia y compartida, de carácter divulgativo, cultural, formativo e informativo. Sumado a las dos frecuencias, la Universidad Nacional de Colombia, a través de Unimedios, tiene una emisora on-line llamada UN Web, de corte netamente académico.

Otra emisora que ha sido objetivo de estudio es LAUD Estéreo, perteneciente a la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Surgió como un proyecto de los estudiantes de Ingeniería Electrónica con motivo de la Semana del Ingenio y Diseño. Fue un proyecto tan bien acogido, que la universidad estableció negociaciones con el Ministerio para que, mediante asignación directa, la universidad pudiera contar con una frecuencia. Sin embargo, por cuestiones de índole política, tuvo que licitar para adquirir una frecuencia y en el año 2000 le asignaron la F.M. 90.4 MHz.

Su director, Alfredo Ardila, durante el proceso de concepción y planeación del medio, determinó que se debía formular una emisora de radio universitaria que escapara a esa concepción cerrada cultural, con lo que establecieron una programación de corte noticioso, divulgativo y musical folklórico y actual (Cuesta, 2012).

El total de emisoras que existen en Colombia, como decíamos al principio del epígrafe 6.1.4, asciende a 56 radios. Este tejido mediático está compuesto por las siguientes universidades, sistemas de transmisión y tipos de licencias:

Emisoras Universitarias en Colombia			
Universidad	Emisora	Transmisión	Tipo de Licencia
Universidad Nacional de Colombia	UN Bogotá	F.M. 98.5 MHz	Interés Público
	UN Medellín	F.M. 100.4 MHz	Interés Público
	UN Web	Internet	N/A
Universidad Jorge Tadeo Lozano	HJUT	F.M. 106.9 MHz	Comercial
	Óyeme UJTL	Internet	N/A
	K13 Radio	Internet	N/A
Universidad Pontificia Javeriana	Javeriana Estéreo Bogotá	F.M. 91.9 MHz	Comercial
	Javeriana Estéreo Cali	F.M. 107.5 MHz	Comercial
Universidad Distrital Francisco José de Caldas	LAUD Estéreo	F.M. 90.4 MHz	Interés Público
Corporación Universitaria Minuto de Dios	Uniminuto Radio	A.M. 1.430 KHz	Comercial
Fundación Universitaria Konrad Lorenz	Konradio	Internet	N/A
Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano	Poliradio	Internet	N/A
Universidad de la Sabana	Unisaba Radio	Internet	N/A
Universidad Nacional Abierta y A Distancia	UNAD Radio	Internet	N/A
Universidad Santo Tomás	Escenario Radio	Internet	N/A
Universidad	Sinigual F.m.	F.M. 93.3 MHz	Comercial

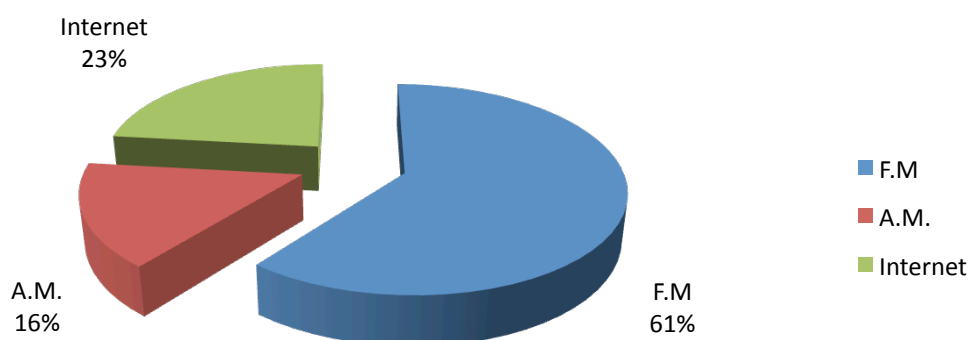
Católica de Oriente	Stéreo		
Universidad de Antioquia	Emisora Cultural Universidad de Antioquia Medellín	F.M. 101.9 MHz	Interés Público
	Emisora Cultural Universidad de Antioquia Medellín	A.M. 1.410 MKz	
	Emisora Cultural Universidad de Antioquia Tubo	F.M. 102.3 MHz	
	Emisora Cultural Universidad de Antioquia Andes	F.M. 100.9 MHz	
	Emisora Cultural Universidad de Antioquia Carmen de Viboral	F.M. 103.4 MHz	
	Emisora Cultural Universidad de Antioquia Puerto Berrio	F.M. 94.3 MHz	
	Emisora Cultural Universidad de Antioquia Cauca	F.M. 96.3 MHz	
	Emisora Cultural Universidad de Antioquia Occidente	F.M. 93.9 MHz	
	Altair	Internet	N/A
Universidad Pontificia Bolivariana	Radio Bolivariana AM -Medellín	A.M. 1.110 KHz	Comercial
	Radio Bolivariana FM - Medellín	F.M. 92.4 MHz	Comercial
	Frecuencia Bolivariana	A.M. 1.1160 Khz	Comercial
	Radio Católica Metropolitana	A.M. 1.450 KHz	Comercial
Universidad EAFIT	Acústica	Internet	N/A
Universidad Autónoma del	Radio Cultural	F.M. 91.4 MHz	Comercial

Caribe	Uniautónoma		
Universidad del Norte	Uninorte FM Estéreo	F.M. 103.1 MHz	Comercial
Universidad del Valle	Univalle Estéreo	F.M. 105.3 MHz	Interés Público
Institución Universitaria Antonio José Camacho	Radio UNIAJC	Internet	N/A
Universidad Santiago de Cali	La Radio USC	Internet	N/A
Universidad Autónoma de Manizales	Radio Cóndor	A.M. 1540 KHz	Comercial
Universidad de Manizales	UM Radio	Internet	N/A
Universidad del Cauca	Unicauca Estéreo	F.M. 104.1 MHz	Interés Público
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia	UPTC Radio	F.M. 104.1 MHz	Interés Público
Universidad Industrial de Santander	UIS Estéreo	F.M. 96.9 MHz	Interés Público
	UIS AM	A.M. 670 KHz	Interés Público
Universidad Tecnológica de Pereira	Universitaria Estéreo	F.M. 88.2 MHz	Interés Público
Universidad de Pamplona	Radio Universidad de Pamplona	F.M. 94.9 MHz	Interés Público
	Radio San José de Cúcuta	A.M. 1.160 KHz	Interés Público
Universidad Francisco de Paula Santander	UFPS Radio Cúcuta	F.M. 95.2 MHz	Interés Público
	La UFM Stereo Ocaña	F.M. 95.2 MHz	Interés Público
Universidad de Cartagena	Emisora UDC	F.M. 99.5 MHz	Interés Público

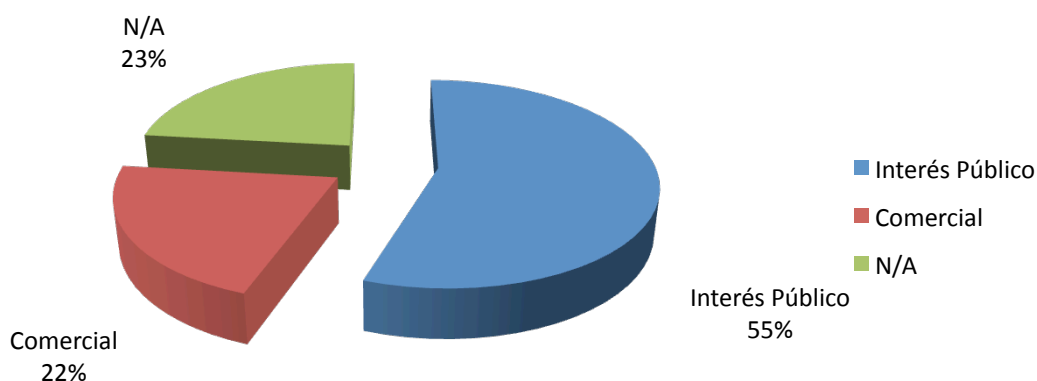
Universidad de la Amazonía	Emisora Uniamazonía	F.M. 98.1 MHz			Interés Público		
Universidad de Nariño	Radio Universidad de Nariño	F.M. 101.1 MHz			Interés Público		
Universidad del Quindío	La U FM Estéreo	F.M. 102.1 MHz			Interés Público		
Universidad de Sucre	Unisucra FM Estéreo	F.M. 100.8 MHz			Interés Público		
Universidad del Magdalena	Unimagdalena Radio	F.M. 91.9 MHz			Interés Público		
Universidad Surcolombiana	Radio Universidad Surcolombiana	F.M. 89.7 MHz			Interés Público		
Universidad Tecnológica del Chocó Diego Luis Córdoba	Radio Universidad del Chocó	F.M. 97.3 MHz			Interés Público		
Universidad de Córdoba	Unicor Stereo	F.M. 90.0 MHz			Interés Público		
N° Total de Universidades	N° Total de Radios	N° Total			N° Total		
		F.M.	A.M.	Internet	Comercial	Pública	N/A
36	56	34	9	13	12	31	13

Por tanto, en Colombia existen 56 radios universitarias pertenecientes a 36 Instituciones de Educación Superior. De las cuales 34 emiten en F.M., 9 en A.M. y 13 lo hacen por Internet. De total de radios, 12 tienen una licencia de emisión comercial, 31 es de Interés Público y 13 no requieren licencia de misión, puesto que lo hacen por Internet.

Tipo de Emisión



Tipo de Licencia



5.1.4.2. Legislación de radiodifusión colombiana

Dentro de cualquier investigación debemos tener en cuenta un tipo de conocimiento de carácter normativo que definirá, en nuestro caso de estudio, las características, las funciones y alcances de las radios universitarias. En Colombia existen diferentes referencias normativas que regulan la actividad comunicativa del país:

- **Artículos 20 y 75 de la Constitución Política.** Hace referencia al derecho a la información, la responsabilidad social, la libertad de fundar medios, la prohibición de censura y la gestión y control del espectro.
- **Ley 1341 de 2009.** Determina el marco general para la formulación de las políticas públicas que regirán el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

- **Resolución 415 de 2010.** Cuyo objeto es expedir el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora que desarrolla los alcances, objetivos, fines y principios de dicho servicio público; las condiciones para su prestación; los derechos y obligaciones de los proveedores; los criterios para la organización, encadenamiento y concesión del servicio, así como su clasificación y las condiciones de cubrimiento del mismo.
- **Art.01 Ley 80 de 1993.** Que establece el procedimiento objetivo para la adjudicación de los servicios de radiodifusión.

Si bien todas son importantes, en la medida que estructura la concepción comunicativa de un Estado, para nuestro caso debemos exponer, de forma pormenorizada, la Resolución 415 de 2010 y la Ley 1341 de 2009.

El Servicio de Radiodifusión Sonora se clasifica en función de tres criterios: “**la gestión del servicio, la orientación de su programación, el área de cubrimiento autorizada y la tecnología de transmisión** utilizada” (Art. 16, Resolución 415 de 2010).

1. **Forma de Gestión.** Para el el Servicio de Radiodifusión Sonora, las radios se clasifica de la siguiente manera:

- a) **Gestión Directa.** El Estado prestará el Servicio de Radiodifusión Sonora en gestión directa por conducto de entidades públicas debidamente autorizadas por ministerio de la Ley o a través de licencia otorgada directamente por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- b) **Gestión Indirecta.** El Estado prestará el Servicio de Radiodifusión Sonora en gestión indirecta a través de personas naturales o jurídicas colombianas, privadas, previa concesión otorgada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

2. **Orientación de la programación.** La Resolución 415 de 2010 establece tres tipos de emisoras, que serán la clasificación que utilizará para el tipo de licencia de emisión: Comerciales, de Interés Público y Comunitarias.

- a) **Interés Público.** El servicio de radiodifusión sonora de Interés Público tiene como propósito satisfacer necesidades de comunicación de Estado con los ciudadanos y comunidades. Sus objetivos son:

- Fortalecimiento del patrimonio cultural y natural de la nación.
- Promover los valores cívicos, la solidaridad, la seguridad, el ejercicio ciudadano y la cultura democrática, preservar la pluralidad, identidad e idiosincrasia nacional, servir de canal para la integración del pueblo colombiano.
- Servir de canal para una ciudadanía mejor informada y educada.
- Difundir los valores patrios y contribuir a la defensa de la soberanía.
- Contribuir a la prevención, atención y recuperación de desastres.

Esta resolución determina diferentes tipologías de radios de Interés Público:

- **Emisoras de la Radio Pública Nacional de Colombia.** Tienen a su cargo la radiodifusión Estatal: comunicar al Estado con los ciudadanos y comunidades, fortalecer el nivel cultural y educativo y cohesionar la nación.
- **Emisoras de la Fuerza Pública.** Difundir los valores y símbolos patrios, contribuir a la defensa de la soberanía e instituciones democráticas y asegurar el ejercicio y convivencia pacífica.
- **Emisoras Territoriales.** Satisfacer las necesidades de comunicación en las áreas geográficas de incidencia, acordes a la identidad, cultura e idiosincrasia.
- **Emisoras Educativas.** Difundir cultura, conocimiento, ciencia y tecnología a través de entidades oficiales educativas en los niveles de básica primarias y media.
- **Emisoras Educativas Universitarias.** Difundir cultura, conocimiento, ciencia y tecnología a través de entidades de educación superior legalmente reconocida y acreditada en el Ministerio de Educación Nacional.
- **Emisoras para la Atención y Prevención de Desastres.** Emisoras temporales en caso de desastres.

A este tipo de emisoras les fija una serie de limitaciones, en relación a tipos de contenido y sistemas de financiación:

- Únicamente podrá emplear Patrocinios y Mecenazgos como elemento económico destinado al funcionamiento orgánico de la emisora de radio (Artículo 58 de la Ley de 2009). Se entiende por patrocinio el

reconocimiento, sin lema o agregado alguno, a la contribución en dinero u otros recursos en favor de las emisoras de Interés público que se efectúen para la transmisión de un programa específico, el cual no podrá ser superior a cinco (5) minutos por hora de programación del programa beneficiado.

- No se podrá hacer proselitismo político.

b) Comercial. Servicio de radiodifusión sonora de gestión indirecta. Se caracteriza por lo siguiente:

- Cuando la programación del servicio está destinada a la satisfacción de los hábitos y gustos del oyente.
- Cuando el servicio se presta con ánimo de lucro
- Paralelamente al lucro, también podrán tener un propósito educativo, recreativo, cultural, científico e informativo.

c) Comunitaria. El servicio comunitario de radiodifusión sonora es un servicio público participativo y pluralista orientado a:

- Generar espacios de expresión, información, educación, comunicación, promoción cultural, formación, debate y concertación destinados a lograr el encuentro entre las identidades sociales y expresiones culturales de la comunidad en un contexto de integración y solidaridad ciudadana para lograr la promoción de la democracia, la participación ciudadana y la defensa de los derechos fundamentales.

3. Área de Cubrimiento y Tecnología de Transmisión. El Plan Técnico Nacional de Frecuencias para la Radiodifusión Sonora en Colombia es el marco técnico a través del cual se clasifican las estaciones según su potencia y el área de cubrimiento:

Categoría de Estación	A.M.	F.M.
A Cubre áreas extensas incluidos uno o varios municipios o distritos.	Superior a 10 Kw. hasta 250 Kw.	Mínimo 15 Kw. y máximo 100 Kw.
B Cubre uno o más	Superior a 5Kw. hasta 10 Kw.	Superior a 5Kw. e inferior 15 Kw.

municipios o distritos.		
C Cubre una ciudad o población y las áreas rurales contiguas a la misma.	De 1 Kw. y máximo 5 Kw.	Mínimo 1 Kw. y máximo 5 Kw.
D Cubre con parámetros restringidos una ciudad o población.	Potencia máxima 250 w	Mínimo 100 w y máximo 250 w

Elaboración Propia. Plan Técnico Nacional de Frecuencias para la Radiodifusión Sonora

En el caso de las radios universitarias, desde este marco normativo, son aquellas emisoras con licencia de emisión de Interés Público y gestión directa, cuyo sistema de transmisión puede ser en A.M. o F.M. Sin embargo, en un primer acercamiento, vemos que existen radios universitarias con licencia comercial o que hay radios universitarias que no requieren un permiso de emisión, puesto que lo hacen por Internet.

5.1.4.3. Red de Radios Universitarias de Colombia

Durante el capítulo 2, epígrafe 6, hemos visto las manifestaciones de radios universitarias en Europa, Estados Unidos, Canadá y Latinoamérica. En todas ellas se han llevado a cabo procesos de asociacionismo que han permitido fijar una identidad propia como medios de comunicación. Colombia ha tenido, y sigue teniendo, ese mismo fenómeno de red radiofónica.

La Red de Radios Universitarias de Colombia (RRUC), se fundó el 19 de septiembre de 2003, en la Universidad Industrial de Bucaramanga, con motivo del Primer Encuentro Nacional de Radios Ciudadanas y Universitarias convocado por los Ministerios de Educación, Cultura y Comunicaciones.

La RRUC estima que el conjunto de oyentes acumulados entre sus emisoras asciende a 800.000 de oyentes. Tienen un perfil educativo universitario y suelen ser entre jóvenes y adultos entre los 17 y los 55 años. Entre sus propósitos, como red y como radios individuales, están (www.radiounirsitaria.org fecha de consulta: 24/4/2013):

- Fomentar la identidad de la radio Universitaria como una categoría específica en contexto radiofónico nacional.
- Constituir nuevos espacios que refuercen su función social.
- Establecer líneas de acción desde la perspectiva de la solidaridad y el apoyo mutuo.
- Transmisión programas de interés cultural para la formación de públicos en el conocimiento de la música de las diversas regiones del país y del mundo, transmisión de eventos, magazines, programas temáticos, programas de radios internacionales, informativos, etc.
- Difundir la ciencia y la educación, estimular el flujo de investigaciones y de información científica y tecnológica aplicada al desarrollo, apoyar el proyecto educativo nacional.
- Servir de canal para la generación de una sociedad mejor informada y educada. Formación de ciudadanos, participación, inclusión, diversidad, convivencia, cultura ciudadana.
- Experimentar nuevos formatos radiales.

5.1.4.3.1. Código Ético

La RRUC, como parte de su labor por promover el ejercicio de las radios universitarias, así como de crear una identidad de este medio, ha definido un código ético que todo miembro y asociado debe cumplir:

1. Tratar a todas las personas y oyentes con respeto y cortesía.
2. Tener como propósito llegar a las comunidades de todo género que conforman la sociedad. La universalidad es un valor constitutivo de la academia como tal, y por lo tanto, también de la radio universitaria.
3. Reconocer y respetar los derechos fundamentales del ser humano. Especialmente, el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que establece la libertad de expresión y opinión.
4. Respetar la honra, la intimidad y el buen nombre.
5. Velar para que los contenidos de los programas no sean racistas ni utilicen lenguaje peyorativo o discriminatorio en relación con raza o grupo étnico alguno.

6. Cuidar el uso del lenguaje y el humor por parte de redactores, productores y locutores. No utilizar lenguaje despectivo o sarcástico en relación con la mujer ni con personas de la orientación sexual o política que fuere.
7. Dar la debida importancia a los mensajes que reconozcan la diversidad en todas sus formas: cultural, sexual, racial, política u otra. Promover espacios de participación que muestren la diferencia como algo positivo.
8. Dar participación a las personas, sin discriminación o prejuicio de ningún tipo.
9. Evitar los juicios moralistas por parte de presentadores, locutores o periodistas que refuercen los prejuicios sociales.
10. Velar para que la programación de las emisoras no emplee lenguaje, ni incluya o difunda material considerado pornográfico u obsceno.
11. Consultar varias fuentes y establecer su idoneidad, con el propósito de lograr información objetiva.
12. Tomar posición en casos de discriminación, violación, injusticia o violencia de cualquier tipo.
13. No promover ni incentivar la violencia bajo ninguna de sus formas.
14. Promover un espíritu creativo e innovador en donde el plagio sea considerado como una ofensa grave.
15. No permitir la promoción de partidos políticos o ideologías por parte de locutores, periodistas y redactores.
16. Tener siempre presente el espíritu docente propio de la misión universitaria.
17. Promover la pluralidad con espacios que presenten nuevas propuestas musicales, culturales y temáticas, o nuevas visiones de culturas, músicas y temáticas tradicionales.
18. Contar con una adecuada planeación de la programación, en donde la improvisación o el trabajo en directo estén enmarcados dentro de un esquema (guión) previamente preparado.
19. Estimular la divulgación de programas destinados a la protección del medio ambiente y de la salud.
20. Procurar sensibilizar a los locutores, productores, reporteros y operadores acerca de los principios mencionados en este código de ética.

Igualmente, aunque lo distingue del código ético, plantea una serie de reconvenciones en cuanto al uso del lenguaje (que también manifiestan una ética):

1. Evitar, en la medida de lo posible, el uso de adjetivos. El abuso de éstos le resta claridad y objetividad al mensaje. Los calificativos son valor acciones innecesarias, que cargan consigo el peso de los prejuicios sociales. Esto no implica que no se puedan utilizar algunos adjetivos descriptivos que enriquezcan o ambienten una narración.
2. Evitar el uso de palabras o expresiones que sean ofensivas para un individuo o un grupo de personas pertenecientes a una comunidad o grupo cualquiera de la sociedad. No se permitirá la utilización de términos discriminatorios en las emisoras de la Red.
3. No utilizar expresiones consideradas machistas o sexistas.
4. Cuidar el uso del sarcasmo o la ironía. El lenguaje y el humor (chistes y apodos), mal utilizados, pueden reforzar los prejuicios sociales y resultar ofensivos para una persona.
5. No hacer juicios difamatorios.
6. No hacer referencias a personajes públicos por el apodo, a menos que se cuente con la aprobación de dicho personaje o éste sea así conocido.
7. Evitar en todo momento recurrir a los superlativos, sobre todo aquellos que no se puedan justificar. La calificación falsa o exagerada de un hecho o de una persona le resta credibilidad al mensaje. Es preciso poner especial atención a palabras como: excepcional, récord, inimitable, irremplazable, espectacular, excelente, mejor, único, etcétera.

5.1.4.3.2. Hacia una distribución de funciones productivas

La RRULAC también realiza una serie de recomendaciones en cuanto a las tareas que deben desempeñar algunos de los miembros de una emisora de radio. De esta forma, ya presenta un modo de estructurar, organizativa y funcionalmente hablando, una emisora de radio en su apartado de producción: redactor, conductor y productor.

- **Redactor**, como parte esencial del equipo de producción de radio, buscará hacer más eficiente su trabajo y apoyar el del resto de integrantes del equipo. Para esto, procurará:
 - Estar alerta y concentrado en todo momento en su trabajo.

- Marcar el ritmo de lectura, teniendo especial cuidado en la puntuación. Deberá aplicar además recursos de énfasis (control del volumen, tono, uso de palabras o frases específicas) para llamar la atención sobre ciertos aspectos de la información. Cada nota tiene un tiempo preciso.
 - Recibir la información de los reporteros y utilizar lo esencial para armar la nota, que posteriormente será grabada en audio.
 - Escribir de forma clara y concisa.
 - Entender lo que él mismo escribe. Leer en voz alta para oír lo que dice y cómo lo dice. Involucrar a todas las partes actantes en una información o tema específico, ojalá de manera directa y no a través de terceros u opiniones referidas, con el fin de lograr equilibrio en la información.
 - Enriquecer las notas periodísticas con elementos como entrevistas, invitados, especialistas, testimonios.
 - Investigar y dilucidar las dudas e inquietudes, cuando carezca el mismo de la información, por irrelevante que parezca.
 - Tener perfecta ortografía y sintaxis, y mantener a mano elementos de apoyo como diccionarios, mapas, páginas oficiales en Internet, entre otros.
- **Conductor**, debe proyectar credibilidad y tratar de comunicarse plenamente con la audiencia. Para esto deberá procurar:
 - Tener en cuenta que sus logros dependerán de su talento, de su nivel de compromiso y de su dedicación.
 - Tener la capacidad para jerarquizar la información, variando los tonos en los diferentes contenidos y proyectando siempre energía y dinamismo.
 - Tener como su principal objetivo que la información que salga al aire sea interesante para la audiencia.
 - Estar atento a que lo que diga se entienda con total claridad.
 - Estar siempre actualizado y bien informado.
 - Ser entretenido, culto y amable; pero también contundente y con liderazgo.
 - No mantener todo un programa con base en llamadas o cartas del público.

- Comprender que su labor ante todo es la de informar, y no la de opinar.
 - Aclarar siempre quién es, con quien está y en dónde está, de manera que la audiencia esté ubicada.
 - Cuidar su imagen, pues es parte esencial de su trabajo con el público.
 - Tener el carácter y la habilidad para corregir cuando se equivoque.
- **Productor.** Por su experiencia y cargo dentro de la organización, el productor trabajará conjuntamente con el jefe de redacción en la selección de todos los contenidos para los programas de radio. Coordinará, supervisará y definirá el enfoque de cada programa en cuanto a información, redacción de contenidos y producción. Para hacer efectivo su trabajo, procurará:
 - Ampliar sus habilidades auditivas, verbales y musicales, y contar con experiencia suficiente en grabación y edición de voz, así como en montaje y musicalización.
 - Revisar con cuidado todo el material antes de salir al aire, de manera que no dependa de la improvisación.
 - Corregir y modificar los textos y contenidos antes de salir al aire.
 - Contar con sonidos de alta calidad que garanticen la mejor producción. Para ello deberá aprovechar a cabalidad todos los recursos técnicos de que disponga.
 - Instruir al conductor en cuanto al orden de la información, lectura, dicción, ritmo y contenido. Deberá mantener constante comunicación con él, de manera que se puedan corregir ritmo y tono durante el programa.
 - Contar con elementos de apoyo para el conductor, como notas, anécdotas, historias, entrevistas, contextos, de manera que el trabajo sea ágil.
 - Revisar con cuidado los audios, de las notas de reportería, antes de salir al aire.
 - Cerciorarse con antelación, si va a hacer un enlace telefónico en un programa, de que el número sea correcto y que la comunicación sea óptima.
 - Evitar, en entrevistas, enlaces telefónicos u otros audios, emplear música de fondo que afecte o anule el sonido base.

5.1.4.3.3. La RRUC como agente promotor del patrimonio sonoro

Igualmente, la RRUC (Red de Radios Universitarias de Colombia) hace unas recomendaciones sobre las expresiones y usos correctos del lenguaje, sobre la promoción del patrimonio sonoro: *“El sonido es parte esencial de nuestro ser y de nuestra cultura, la columna vertebral del patrimonio intangible de cada pueblo”* (Patrimonio Sonoro RRUC). Para eso, recomienda las siguientes acciones:

- Sensibilizar y crear conciencia en el público sobre su importancia y valor.
- Salvaguardar y conservar los registros sonoros en fonotecas, teniendo como base la documentación como herramienta esencial para este proceso.
- Catalogar los archivos fonográficos (descripción del documento) y clasificar (análisis del documento para ser identificado y ordenado por clase), de manera que los usuarios puedan tener acceso a esta información.
- Almacenar lo que se tiene y nutrirlo con lo que surge a diario.
- Transferir los registros sonoros desde los soportes analógicos, frágiles y obsoletos, hacia plataformas digitales, más fiables y perdurables en el tiempo.
- Promover el establecimiento de una política de Estado que promueva, desde la educación, la importancia del patrimonio sonoro, y que apoye la creación de estrategias para su conservación.

Otra de las características de la RRUC, es la recomendación que hace a las radios universitarias en relación al uso y aplicaciones de la música en sus estructuras programáticas:

- El promover la difusión de los diferentes géneros musicales es una contribución a los procesos de convivencia y reconocimiento del otro. Debe darse prioridad, particularmente, a la música del mundo que ayuda a la audiencia a ampliar sus fronteras locales y a valorar los exponentes más representativos, así como reforzar el trabajo que se realiza en el ámbito del fortalecimiento cultural.
- Frente a los contenidos excluyentes y problemáticos de las canciones, las emisoras deberán dar el contexto de las mismas.

- Se deberá exigir la investigación de géneros, historias y contextos de las músicas al elaborar los programas.
- Se promoverá la música local y se procurará realizar grabaciones de los músicos regionales.
- Se procurará realizar programas de música en vivo.

La RRUC, consciente de la diversidad de integrantes, en cuanto al tipo de licencias de emisión y posibilidades de financiación, resume los preceptos legales que rigen la actividad radiofónica en Colombia, desde los sistemas de financiación, las obligaciones de contrataciones públicas y el derecho a rectificación.

CAPÍTULO III

COLOMBIA: APROXIMACIÓN A UN CONTEXTO

6. Contexto Histórico

...Macondo era entonces una aldea de veinte casas de barro y cañabrava construidas a la orilla de un río de aguas diáfanas que se precipitaban por un lecho de piedras pulidas, blancas y enormes como huevos prehistóricos. El mundo era tan reciente, que muchas cosas carecían de nombre, y para mencionarlas había que señalarlas con el dedo. Todos los años, por el mes de marzo, una familia de gitanos desarrapados plantaba su carpa cerca de la aldea, y con un grande alboroto de pitos y timbales daban a conocer los nuevos inventos. Primero llevaron el imán... () En pocos años, Macondo fue una aldea más ordenada y laboriosa que cualquiera de las conocidas hasta entonces por sus 300 habitantes. Era en verdad una aldea feliz, donde nadie era mayor de treinta años y donde nadie había muerto.

Gabriel García Márquez
Cien años de soledad³⁴

Colombia es un país ubicado en la esquina noroccidental de Suramérica, con costas sobre el mar caribe y el océano pacífico. La extensión de su área continental -1'141.748 kilómetros - determinada después de la disolución de La Gran Colombia en 1830 y redefinida a comienzos del siglo XX con la separación de Panamá y la delimitación de la frontera con Perú, la cataloga como una país de tamaño medio en el contexto hispanoamericano. Sus fronteras terrestres se extienden por el oriente con Venezuela y Brasil, por el sur con Ecuador y Perú, y por el occidente con Panamá.

Su ubicación ecuatorial ocasiona que el clima sea poco variable a lo largo del año (sin estaciones) siendo determinado por la altura sobre el nivel del mar e influenciado sí por fenómenos originados en el cambio climático (el niño, la niña...)

De acuerdo con la joven Constitución vigente, (1991), *“Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con*

³⁴ Ediciones la Cueva, 2010: 3

autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general”

No obstante este enunciado, el país es fuertemente centralista, como quiera que los entes territoriales dependen en gran medida de las transferencias de recursos que el gobierno central efectúa.

La misma Constitución establece la organización territorial en departamentos, distritos, municipios y territorios indígenas, quienes “*gozan de autonomía para la gestión de sus intereses...*” y en tal virtud tienen el derecho a gobernarse por autoridades propias; ejercer las competencias que les correspondan; administrar los recursos y establecer los tributos necesarios para el cumplimiento de sus funciones; participar en las rentas nacionales.

La Ley establece la distribución de competencias entre la Nación y las entidades territoriales, y “*podrá darles el carácter de entidades territoriales a las regiones y provincias que se constituyan...*” No obstante, las regiones y provincias no han tenido desarrollo como entes territoriales político-administrativos, mientras que ha habido avances en la conformación de distritos (la capital, y ciudades turísticas o portuarias) y áreas metropolitanas (Medellín, Pereira, Cúcuta, Barranquilla, Valledupar, Bucaramanga...) conformadas por municipios conurbados. Recientemente la Comisión de Ordenamiento Territorial –COT- del Senado de la República rindió concepto favorable al proyecto de Región Administrativa y de Planificación Especial -RAPE- Región Central, radicado el pasado mes de abril por Bogotá, Meta, Tolima, Boyacá y Cundinamarca; entidades territoriales que la conforman.

El país cuenta con 1102 municipios, y 20 territorios especiales biodiversos en 32 departamentos. Geográficamente se distinguen seis regiones con características relativamente homogéneas de relieve, clima, evolución económica, social, política, cultural y ocupación física del territorio: región **Insular**, región **Caribe**, región del **Pacífico**, región **Andina**, **Orinoquía** y **Amazonía**. Cada región cuenta con un “polo de desarrollo”, consolidado a través de la evolución económica.

Se esbozará, entonces, la evolución del país desde la conquista hasta el presente, a través de la configuración de las **regiones**.

6.1. De la Conquista a la Independencia

La historia ha demostrado que las conquistas son difíciles y violentas: los españoles venían con armaduras y sin familia buscando fortuna lejos de su tierra, con su lengua, sus costumbres, sus armas, sus animales y su coraje; y encontraron habitantes que desconocían todo ello y unas condiciones topográficas y climáticas difíciles; los nativos fueron primero amigables, generosos, hospitalarios; después, cuando vieron impuestas idiosincrasias ajenas, fueron rebeldes, resistentes, combativos. La ley del más fuerte se impuso y la inevitable mezcla de razas – indios y negros esclavos más españoles (que a su vez son un crisol), amén de los inmigrantes que luego han llegado (como ejemplo, algunos franceses y libaneses afincados en la costa atlántica y algunos alemanes en Santander) y culturas ha devenido en lo que ahora somos: un pueblo sin identidad propia, con más sueños que realidades y a merced de los modernos conquistadores...

La conquista del país inició por la costa atlántica: la primacía náutica española facilitaba la exploración marítima; los primeros arribaron desde Venezuela bordeando el océano y llegando hasta el Golfo de Urabá. Después atravesaron el Istmo encontrando el océano pacífico, y desde allí conquistaron los territorios sur-occidentales de América.

A través del océano se realizó la conquista de los territorios costeros; y de allí hacia el interior por vía fluvial o terrestre, favoreciendo la fundación de poblados que ganaban protagonismo al ser puntos obligados de contacto desde y hacia ultramar: Santa Marta, Santa Cruz de Mompox, Barrancabermeja, Honda. La conquista hacia el interior del país se desarrolló por tres rutas: la de la costa atlántica o noroccidente, la de la costa pacífica o sur occidente y la nor-oriental, desde Venezuela y a través de los llanos. Para dar una idea de lo que fueron estas travesías, Gonzalo Jiménez De Quezada partió de Santa Marta con 700 hombres y arribó a Bogotá con 170.

La principal barrera para la construcción de vías de comunicación desde tiempos precolombinos ha sido la topografía del país.

Las ciudades fueron durante el imperio español, el centro de la actividad administrativa. La fundación proporcionaba condiciones de habitabilidad, servicios mínimos, derechos y reconocimientos que configuraban identidad a fundadores y habitantes.

“...mediante convenios entre el Rey y los jefes de las expediciones se les daba a estos el gobierno de los territorios que conquistaran, los cuales conformaban las gobernaciones.

El gobernador era el jefe militar, el jefe de la administración y el principal juez. Además, repartía entre los españoles lotes para que hicieran sus casas y tierras para que establecieran haciendas para su ganado...” Tenían también la facultad de “distribuir” los indios entre los españoles, para los trabajos de minería y agricultura que les proporcionaran alimento y riqueza.

En las fundaciones se establecía un cabildo como autoridad municipal, compuesto por regidores o concejales nombrados por el gobernador, aunque en ocasiones desde España el rey otorgaba el cargo de regidores. En contadas ocasiones eran escogidos por los vecinos de la ciudad que tuvieran posesiones. “El cabildo nombraba los cargos municipales: el alcalde, que administraba justicia, el alférez real, que portaba las banderas en los actos solemnes, etc.” Hacia 1542 existían las gobernaciones de Santa Marta (fundada en 1525), Cartagena (1533) y Popayán (1536).

6.1.1. La Economía

Los españoles vivían del oro indígena que extraían de las colonias, y con éste adquirían provisiones y mercancías que venían de Cuba, Santo Domingo o Europa. Eran productos agrícolas americanos el maíz, la yuca, el tomate, el cacao, pimentón, aguacate y piña y en las tierras altas la papas. Los españoles trajeron animales como caballos, ganado vacuno, cerdos, cabras y ovejas que cambiaron el panorama de toda América del sur y del Norte. También trajeron la caña de azúcar, cebada y trigo. Y así se organizó el trabajo: los gobernadores asignaban a los españoles grandes extensiones expropiadas a los indios, a quienes les asignaban labores agrícolas por cuenta ajena en sus antiguas tierras. La cría de ganados, cerdos, gallinas y ovejas la hacían los españoles en sus haciendas. Los indios en el centro del país sólo tejían telas de algodón. La evolución económica del país ha estado profundamente ligada a esta organización.

Los nativos poseían objetos en oro y piedras preciosas (perlas en las costas, esmeraldas en el interior) que poseían valores religiosos, simbólicos y ceremoniales, pero para los españoles tenían valor económico, por lo que los indígenas fueron obligados a explotar las minas con fines acumulativos. Los naturales no tenían condiciones físicas para trabajos de explotación minera por lo que fueron reemplazados por esclavos traídos desde África.

Inicialmente los indios fueron esclavos de propiedad del español; pero la influencia religiosa ocasionó que la corona los declarara vasallos libres del rey de España; se creó entonces la figura de la “Encomienda” colectivo de nativos que junto con su cacique, - líder original- se otorgaba al español en “custodia” a cambio de trabajo en labores agrícolas, tejidos, recolección de leña, y además le debían un tributo. Esta figura protegía a los indígenas de los abusos, el encomendero no podía venderlos ni sacarlos de sus tierras a otros climas. Para la explotación minera el cacique enviaba trabajadores temporales y además algunos indios/indias podían servir como criados.

Mediante La Encomienda se adoctrinó a los nativos - contaba con un sacerdote- se les enseñó la lengua y las costumbres foráneas. Los mestizos fruto de esta simbiosis fundimos lengua, alimentación y cultura.

La continua afluencia de buscadores de fortuna ocasionó que la mano de obra indígena fuera insuficiente. El gobierno español modificó el esquema y dispuso que los indios pagaran al encomendero un tributo y trabajaran para los españoles sin encomienda. Los indios concertaban el trabajo con el hacendado a cambio de una remuneración que apenas alcanzaba para pagar el tributo al encomendero.

Otros indios iban a trabajar a las minas (mita minera), y en las obras públicas de los pueblos, (mita urbana).

6.1.2. El Comercio

Era natural que España quisiera controlar el comercio con América para beneficiarse de los impuestos. Para ello se creó en Sevilla la Casa de Contratación, que llevaba el registro de las remisiones a América y del oro con que se pagaban las mercancías; cobraba impuestos, permitía la salida y llegada de barcos, y controlaba las mercancías que se enviaban.

Era difícil mantener este monopolio. Francia, Holanda e Inglaterra enviaban barcos que sobornaban a las autoridades para que los dejaran desembarcar sus mercancías, o las desembarcaban en sitios distintos a los grandes puertos. La guerra del comercio generó piratería “patrocinada” que se apoderaba de las flotas españolas y sus riquezas.

El plan “Western Design” fijado por Oliver Cromwell en 1655 fue uno de los objetivos estratégicos de Inglaterra para acabar con el monopolio español en América y su

supremacía marítima. Hasta el siglo XIX los ataques fueron permanentes. Tras la derrota de Trafalgar, los ingleses se dedican a apoyar las guerras de independencia, en pos de sus propios intereses.

6.1.3. Las Instituciones Políticas

Los conflictos entre los intereses Reales y los de los conquistadores, quienes consideraban una recompensa de derecho la posesión de la tierra y los indios al haber obrado bajo su riesgo y con recursos propios (aspiraban a la nobleza, y a la herencia perpetua) derivaron en la creación de instituciones reales que controlaran las atribuciones de los conquistadores.

En 1542 el Rey Carlos I expidió las Leyes Nuevas que buscaban un mejor trato para los indios: se prohibía a los encomenderos esclavizarlos y a la muerte del encomendero la encomienda pasaba al Rey. Muchos conquistadores se rebelaron y finalmente se modificaron las leyes para dar algunas prerrogativas a los españoles sin dejar de proteger a los indios.

Para el control de las colonias, el rey de España creó el Consejo de Indias, organismo consultor para la toma de decisiones importantes de gobierno, militares y de justicia relativas al Nuevo Mundo.

En las ciudades más grandes, ricas y pobladas (Lima, México) nombraba un representante directo de gobierno, el Virrey. Le asistían los Oidores un concejo compuesto de 4 a 6 asesores y jueces denominado la Real Audiencia, encargados de escuchar las quejas y pleitos de los colonos, castigar los delitos importantes y ayudar al virrey en las decisiones de gobierno.

En 1550 se crea dentro del Virreinato del Perú la Real Audiencia de Santafé de Bogotá con los poderes de un gobernador y de un tribunal de justicia y con jurisdicción sobre el Nuevo Reino de Granada y las gobernaciones de Santa Marta, Cartagena y Popayán.

Sólo hasta 1718 Felipe V crea un virreinato independiente en la Nueva Granada, luego de años de reclamos por la enorme distancia que hacía débiles las relaciones con Lima, y los conflictos constantes entre la Real Audiencia y el arzobispado de Santafé, confirmados por los visitadores enviados por la Corona. Fueron territorios del Virreinato los que correspondían a las Reales Audiencias de Santafé de Bogotá,

Panamá, y Quito, y parte del territorio de la posterior Capitanía General de Venezuela; esto es territorios de las actuales Repúblicas de: Colombia, Ecuador, Panamá, Costa Rica y Venezuela, además de regiones del norte del Perú y Brasil, y el oeste de Guyana.

En 1742 Venezuela se reintegró –hasta su independencia- a la jurisdicción de la Real Audiencia de Santo Domingo, dependiente a su vez del Virreinato de Nueva España. El virreinato quedó formado por el Nuevo Reino de Granada (gobernaciones de Nuevo Reino, Cartagena, Santa Marta, Antioquia, Popayán, Maracaibo y Guayana; estas últimas junto con Margarita y Mérida fueron posteriormente incluidas en la Capitanía General de Venezuela, al igual que parte de la provincia de Riohacha, en 1792), Quito (gobernaciones de Quito, Quijos, Macas, Esmeraldas y algunos corregimientos) y Panamá (gobernaciones de Panamá y Veraguas). En 1764 se creó la Gobernación de Guayaquil.

En 1803 el rey Carlos IV dispuso que en lo militar el Gobierno de Guayaquil volviera a depender del Virreinato del Perú, aunque la administración mercantil de la ciudad continuó bajo el Virreinato de Nueva Granada. Mediante Real Cédula del 20 de noviembre de 1803 se dispuso que la costa de los **Mosquitos y las islas de San Andrés pasen desde la Capitanía General de Guatemala al virreinato de Nueva Granada, siendo gobernadas por la Provincia de Cartagena**. En 1806 quedó Guayaquil definitivamente adscrito a tal virreinato, pero en 1808 el concejo de la ciudad solicitó su reintegro a la Nueva Granada, hecho no consumado debido a las guerras de independencia.

El virreinato de la Nueva Granada era el más importante en producción de oro. Su situación estratégica entre los dos océanos le permitía enfrentar mejor el contrabando y los ataques de piratas.

“Doscientos setenta y ocho años después del Descubrimiento de América y 135 años (Si el primer censo se hizo en 1673 después de la fundación de Santafé de Bogotá) "el Virrey Guirior en 1770, según lo refiere en las Memorias para la Historia de la Nueva Granada el Coronel D. José Antonio de Plaza (Pg. 325) levantó el primer censo del virreinato y obtuvo especialmente para Bogotá 20.000 almas y 1.770 casas, para el virreinato (pg. 351) 806.209 almas” DANE, Censo 1835 –página 115.

Virreinato de la Nueva Granada en 1810



6.1.4. La Independencia

España había quedado debilitada política y militarmente tras las guerras de independencia contra la invasión napoleónica. Inglaterra aprovecha esta debilidad para fomentar y patrocinar los ánimos independentistas de las colonias americanas.

Los territorios del virreinato ganaron su independencia de España entre 1819 y 1822 después de una serie de revueltas militares y políticas, unificándose posteriormente con los de la anterior Capitanía General de Venezuela en una República conocida como la Gran Colombia.

La Gran Colombia se disolvió cuando lo que hoy son Ecuador y Venezuela se separaron, y Bogotá se constituyó en la capital de la República de la Nueva Granada.

Se conformó una élite de “criollos”, hijos de españoles nacidos en América, muchas veces formados en la madre patria, de modo que eran “Ilustrados” y la influencia de las corrientes de pensamiento europeo generaron en ellos inconformismo ante la monarquía y sus políticas en América: la exclusión de los criollos de la participación en el gobierno; el peso excesivo de los impuestos; el monopolio del comercio que generaba factores de rezago económico. Elementos que aprovecharon los ingleses para sus propios intereses, apoyando las iniciativas independentistas y a la vez sabotando política y militarmente al gobierno español.

Tras la abdicación del rey Fernando VII luego de la invasión francesa a España en 1808, se organizaron en España juntas de gobierno locales para resistir al invasor en ausencia del rey depuesto, constituyendo un gobierno “alterno” con representantes de las

provincias de España y también de sus colonias. No obstante, la representación de éstas era inferior frente a la peninsular.

Fue así como en 1809 se producen brotes de inconformismo en la América española: en Quito fue arrestado el presidente de la audiencia, y la junta suprema de gobierno, integrada por la élite criolla sustituyó a los ministros. Ciudades como Cartagena y Mompox habían conformado juntas independentistas que buscaban mayor autonomía e incluso una independencia absoluta de España. En la provincia de Santa fe se había creado una junta de notables integrada por autoridades civiles e intelectuales criollos: José Miguel Pey, Camilo Torres, José Acevedo y Gómez, Joaquín Camacho, Jorge Tadeo Lozano, Antonio Morales... quienes promovieron el incidente del 20 de julio de 1810 conocido como “el florero de Llorente”, la revuelta que presionaría al virrey a conformar una Junta Suprema y que desembocaría en la proclamación del Acta de Independencia. Los virreyes fueron destituidos y deportados a España...

El acta de independencia depositaba en la Junta Suprema el gobierno del reino, interinamente; hasta la conformación de la Constitución “en la que tendrían representación las provincias a través de diputados que reglamentarían la elección, sobre las bases de la libertad, e independencia, ligadas únicamente por un sistema federativo, cuya representación deberá residir en esta capital para que vele por la seguridad de la Nueva Granada” No obstante, no se desconocía la soberanía del rey Fernando VII, sino que solicitaban que viniera a gobernar, algo en la práctica imposible...

El nexos con la Junta de Regencia Peninsular fue discutido, porque implicaba que no había un ánimo de independencia, y se generaron divisiones.

La Junta Suprema convoca “El Congreso General del Reino” para el 22 de diciembre, con la misión de darle al territorio emancipado su primera Constitución. En este congreso no se daba una ruptura total con el soberano español.

En palabras del historiador colombiano Germán Mejía, el 20 de julio fue un movimiento bogotano local que generó un problema inmediato con la pretensión de definir lo que iba a ser el territorio de la Nueva Granada, por sobre las juntas conformadas en otros lugares. Es el triunfo del centralismo sobre la realidad de las provincias de principios del siglo XIX. Los criollos tuvieron el papel de construir la primera República. El 20 de julio que nosotros entendemos hoy en día es el fabricado a finales del siglo XIX y no lo que sucedió a comienzos de ese siglo.

La Junta Suprema de Santa Fe proclamada estuvo conformada así: doctor Juan Bautista Pey, Arcediano de esta Santa Iglesia Catedral; don José Sanz de Santamaría, Tesorero de esta Real Casa de Moneda; don Manuel de Pombo, Contador de la misma; doctor don Camilo de Torres; don Luis Caycedo y Flórez; doctor don Miguel Pombo; don Francisco Morales; doctor don Pedro Groot; doctor don Frutos Gutiérrez; doctor don José Miguel Pey, Alcalde Ordinario de primer voto; don Juan Gómez, de segundo; doctor don Luis Eduardo de Azuola; doctor don Manuel Álvarez; doctor don Ignacio Herrera; don Joaquín Camacho: doctor don Emigdio Benítez; el Capitán don Antonio Baraya; Teniente Coronel José María Moledo; el Reverendo Padre Fray Diego Padilla; don Sinforoso Mutis; doctor don Juan Francisco Serrano Gómez; don José Martín París, Administrador Principal de Tabacos; doctor don Antonio Morales; doctor don Nicolás Mauricio de Omaña.

6.1.5. La Patria Boba

Las ambiciones regionales desatadas después del conocido “grito de independencia” generaron rivalidades entre las provincias. Cartagena contravirtió la decisión de designar a Santa Fe de Bogotá como capital, arguyendo títulos y tradición. Trataron de sabotear la reunión de diputados, exhortando a las demás provincias a no enviar representantes para así condenarlo al fracaso.

En efecto, sólo asistieron al Congreso General del Reino del 22 diciembre de 1810 las provincias de Santa Fé, Mariquita, Neiva, Pamplona, Socorro y Novita (Chocó), quedando por fuera provincias representativas como Cauca, Antioquia, y Cartagena.

Se generó además una rivalidad entre el Congreso y la Junta Suprema, pues el primero pretendía asumir el gobierno tan pronto se instalara, y los miembros de la Junta pretendían continuar como máxima autoridad.

La división interna de los mismos estados llevó a Camilo Torres a plantear una constitución federal, a la que se opusieron principalmente los diputados de Santa Fe.

Por influencia de Nariño, quien defendía el Estado unitario, se plantea la creación de una constitución para la provincia de Cundinamarca, la primera en el territorio, expedida el 27 de febrero de 1811 y caracterizada por su carácter monárquico:

El gobierno quedaba en manos de la Representación nacional en cabeza de su presidente, secundado por dos consejeros; **fue designado presidente de Cundinamarca don Jorge Tadeo Lozano, en calidad de vice regente.** La representación nacional estaría compuesta por una Cámara de diputados o de representantes, de 19 miembros elegidos por colegios electorales, y un Senado de 5 miembros encargados de la defensa de la constitución.

Se consagra el derecho al voto a los ciudadanos mayores de 25 años, padres o cabezas de familia que vivan de su renta u ocupación, sin depender de otros. Inspirados en la legislación francesa se establece una declaración de deberes, donde se decía que no era buen ciudadano el que no era buen hijo, buen padre, buen hermano, buen amigo y buen esposo.

Don Antonio Nariño asumió el liderazgo de la oposición al federalismo; **fundó el periódico La Bagatela, desde donde combate la idea federal y critica la debilidad del recién instalado gobierno del presidente Lozano, carente de talante político ya que era un hombre de ciencia.** Los escritos de Nariño sobre la inminencia de una reacción realista provocan una manifestación popular; renuncia Lozano, y Nariño es nombrado en su reemplazo.

Entre tanto, el Congreso de las provincias reunido en Santa Fé de Bogotá aprueba en noviembre de 1811 el Acta de Confederación de las Provincias Unidas de la Nueva Granada, considerada la primera Constitución Nacional. Fue redactada fundamentalmente por Camilo Torres, copia del Acta de Confederación que se había aprobado en Estados Unidos en 1777.

Se buscaba que las provincias de la Nueva Granada se unieran, manteniendo cada una su independencia y soberanía respecto de las demás; con el fin de afrontar los riesgos externos, en concreto una posible reconquista española. Consagraba temas que serían de potestad del Congreso: la defensa común, las relaciones internacionales, la fijación de una moneda, la guerra y la paz; pero en los asuntos reservados a las provincias, señalaba que podían darse su propio gobierno como a bien lo tuvieran, bajo condición de que el gobierno fuera popular, representativo, alternativo, responsable y tener su propia constitución.

Lo más relevante del Acta de Confederación de las provincias unidas de la Nueva Granada, fue que desconoció radicalmente a las autoridades españolas. El Acta fue

firmada por las provincias de Cartagena, Antioquia, Neiva, Pamplona, y Tunja; no quisieron aprobarla los diputados de Cundinamarca y Chocó, don Ignacio de Herrera y Manuel Bernardo Álvarez.

Cartagena de Indias proclama su independencia absoluta de España el 11 de noviembre de 1811. El acta suscrita en el palacio del Cabildo manifiesta los poderosos motivos que llevaron a tal declaración, y justifica la resolución que los separa para siempre de la monarquía española. Se instala la Junta de Gobierno y se extingue el Tribunal de la Inquisición. Fue la primera provincia que se independizó de la corona española.

Lo cierto es que las pugnas internas hicieron vulnerable a la incipiente República, de modo que cuando Fernando VII es restituido en el poder en 1813, rechaza de plano cualquier iniciativa de conciliación y decide someter a sangre y fuego a los rebeldes.

En 1815 envía la más grande flota española para luchar contra los patriotas, comandada por Pablo Morillo “el pacificador”, un curtido militar. En agosto de este año se inicia el sitio de Cartagena de Indias. Sus habitantes la defendieron durante más de tres meses, sucumbiendo ante el hambre.

Se inició así la "Epoca del Terror", porque todo “soldado” independentista fue fusilado. En mayo de 1816 Morillo llegó a Santafé de Bogotá y estableció tres tribunales militares: i) El Consejo de Purificación, que juzgaba a quienes estaban comprometidos con la revolución pero no habían cometido “delitos de sangre”; se les aplicaban medidas más benignas que podían incluir el destierro o el servicio en las tropas del rey ii) La Junta de Secuestros, encargada de reunir bienes para el mantenimiento del ejército iii) El Consejo de Guerra permanente, que juzgaba a los patriotas que hubiesen cometido delitos de sangre.

Los ajusticiamientos comenzaron con los líderes más destacados del movimiento independentista: políticos, militares, intelectuales y funcionarios del gobierno republicano establecido desde 1810. (Entre otros, Antonio Villavicencio, José María Carbonell, Camilo Torres, Francisco José de Caldas: la leyenda sostiene que ante las peticiones de clemencia, Pablo Morillo contestó: "España no necesita de sabios")

Continuó con los catalogados como informantes o colaboradores, entre ellos Policarpa Salavarrieta y Antonia Santos.

El efecto de este baño de sangre fue contrario a lo esperado: castigar a la intelectualidad creyendo que allí residía el origen del problema y dejando de lado al pueblo, logró

exacerbar los ánimos de éste quien terminó siendo el protagonista del proceso de independencia.

El gobierno establecido tras la Reconquista cayó prontamente; era claro que España no contaba con las fuerzas necesarias para restablecer su imperio.

También es claro que la rebelión estuvo en cabeza de los criollos, quienes reaccionaron guiados por el mantenimiento de sus intereses y privilegios, apoyados por los ingleses y oscilando desde la rebelión abierta (Río de la Plata, Nueva Granada y Venezuela) hasta el alineamiento con el poder virreinal (Perú, Nueva España); diferencias que pesaron posteriormente a la hora de establecer los límites territoriales de las nuevas repúblicas.

La independencia de lo que hoy es Colombia se selló con la campaña libertadora encabezada por Simón Bolívar, siguiendo rutas similares a las usadas por los conquistadores: desde el llano, desde el norte y desde el sur. Las batallas del Pantano de Vargas y Boyacá en 1819 pusieron fin a esta etapa.

6.2. De la República al siglo XX

En Diciembre de 1819 se reúne el Congreso de Angostura y se configura La Gran Colombia, constituida por la Nueva Granada (incluida Panamá) y, después de su liberación, Venezuela y Ecuador. Se nombra como presidente al Libertador Simón Bolívar y Vicepresidente a Francisco Antonio Zea, quien se encarga del mando mientras Bolívar prosigue la Campaña Libertadora.

En Marzo de 1820 Simón Bolívar nombra a Nariño como Vicepresidente de Colombia, quien instala en mayo en la ciudad de Cúcuta el Congreso Constituyente, que sesionará hasta octubre. La república de Colombia queda constituida por tres departamentos Cundinamarca, Venezuela y Quito, y se declara que la capital sea la ciudad de Bogotá.

En Octubre, el congreso de Cúcuta elige Presidente de Colombia al Libertador Simón Bolívar, y Vicepresidente al general Francisco de Paula Santander.

En abril de 1823 se instala el segundo congreso de la República. El ex Presidente Antonio Nariño es enjuiciado³⁵ y pronuncia ante el Senado su célebre defensa. Por

³⁵ perseguido político por haber traducido del francés y publicado la “Declaración de los derechos del hombre y del ciudadano”. Nariño fue periodista y abogó siempre por la libertad de expresión. Tuvo papel histórico en el desarrollo del periodismo y la proclamación de los derechos humanos en Colombia.

unanimidad de votos se le absuelve de todos los cargos que le habían sido formulados para impedir su elección como senador.

El proyecto político de Bolívar era la unión de la América hispana. No obstante, las corrientes federalistas se opusieron a sus pretensiones y generaron constantes conflictos entre las dos corrientes. En 1827 se reúne en la ciudad de Ocaña la convención Constituyente, que fracasa por fuertes enfrentamientos entre los partidarios del vicepresidente Santander y el presidente Bolívar. Se disuelve la Convención y se proclama, un gobierno provisional mientras se convoca a una nueva constituyente.

En septiembre de 1828 fracasa una conspiración para asesinar al Presidente Simón Bolívar. Un grupo de sus enemigos asalta el palacio de San Carlos, sede presidencial. La intervención oportuna de Manuela Sáenz le permite a Bolívar escapar por un balcón. Reasume el mando al día siguiente. Los conspiradores son reducidos a prisión, entre ellos el ex vicepresidente Santander, a quien el Libertador le conmuta la pena de muerte por la de destierro.

En enero de 1830 Bolívar presenta su renuncia a la presidencia al Congreso Constituyente la cual es aceptada hasta la proclamación de la nueva constitución, expedida en abril y por la cual se estableció la independencia de poderes; se nombró presidente a Joaquín Mosquera y vicepresidente a Domingo Caicedo.

En Julio de este mismo año el general Rafael Urdaneta depone al presidente Joaquín Mosquera y asume el gobierno con la intención de retornar a Bolívar al poder, quien lo rechaza. En el Convenio de Apulo celebrado en abril de 1831, entrega el mando al vicepresidente constitucional, doctor Domingo Caicedo, para evitar la guerra civil. Ante la separación de Venezuela y Ecuador, que se reorganizan en Repúblicas, Caicedo convoca para octubre una Asamblea Constituyente y se acuerda que las provincias del centro de Colombia formen una nueva república con el nombre de Nueva Granada. Dichas provincias estaban compuestas por Cundinamarca, Cauca, Boyacá, Magdalena y el istmo de Panamá. El congreso dispone que los límites de la Nueva Granada sean los mismos del antiguo virreinato de ese nombre. Se estableció a Bogotá como capital del Estado político y se declaró como Distrito Federal. El general Francisco de Paula Santander es elegido Presidente, y José Ignacio Márquez Vicepresidente.

En 1839, los partidarios del general Santander inician una guerra civil, encabezados por el general José María Obando, conocida como guerra de Los Supremos. El propósito es derrocar el “gobierno ilegítimo” de Márquez. Después de dos años, son derrotados.

Hasta comienzos del siglo XX la historia estuvo marcada por las luchas entre federalistas y centralistas y la pugna entre las políticas económicas liberales y las proteccionistas. En 1843 se adopta una nueva Constitución, de tipo mixto entre federalistas y centralistas. **Se levanta el censo general de la República, que arroja dos millones cien mil habitantes.**

En 1848 se presentaron incidentes en Bogotá a causa de un juicio de prensa entablado por el general Mosquera contra periódicos de la oposición a los que acusaba de calumnia e injuria. **Mosquera impulsa el libre cambio, lo que genera gran malestar entre los artesanos y provoca una recesión económica.**

Bajo la presión de los artesanos, el Congreso elige Presidente al general José Hilario López, quien ha prometido medidas de protección para la industria artesanal. Sin embargo, prosigue la política librecambista de la anterior administración. Los artesanos amenazados de ruina se organizan en sociedades democráticas y obligan al gobierno de López a adoptar medidas, como la expulsión de los jesuitas, la abolición de la esclavitud, la libertad absoluta de prensa; pero el gobierno de López se sostiene en su política y las medidas proteccionistas reclamadas por los artesanos no se dan.

En 1853 los artesanos apoyan la candidatura del general José María Obando, esperanzados en que adoptará reformas económicas que protejan la industria artesanal. Ya elegido defrauda a sus electores al anunciar la continuidad de las políticas existentes. La crisis se agudiza. Se aprueba nueva Constitución de tipo federalista.

Tras un año de enfrentamientos entre liberales gólgotas (aperturistas) y liberales draconianos (proteccionistas), en 1854 el general José María Melo, apoyado por más de veinte mil artesanos, depone al Presidente José María Obando. Estalla la guerra civil. Los constitucionalistas establecen la sede de gobierno en Ibagué. El 4 de diciembre sitian la capital y tras sangrientos combates la toman y reinstalan el gobierno constitucional, presidido por el panameño José de Obaldía. Tanto José María Melo como José María Obando son enjuiciados por el Congreso. Cerca de dos mil artesanos son desterrados a Panamá donde mueren en condiciones infrahumanas.

En 1857 Mariano Ospina Rodríguez toma posesión de la Presidencia, y promueve una reforma constitucional. Mantiene la política económica librecambista. A continuación un esbozo de su pensamiento extractado del Censo 1835, año en el cual fungía como Ministro del Interior y relaciones exteriores:

POBLACION

Por su vista se comprende que la población es de 2.776.535 almas que dividiré en cuatro clases del modo siguiente:

Una cuarta parte de ningún provecho a la sociedad ni al Gobierno.

Otra cuarta parte de mui poca utilidad.

Otra de ciudadanos más regulares o mejores

Y otra en fin, de hombres útiles e inteligentes.

¿Serán 694.133 ciudadanos útiles e inteligentes bastantes para mantener la dignidad del pueblo colombiano?

¿Serán 694.133 hombres que califico en la 3a. clase, bastantes para asistir a sus operaciones?

¿Será este mismo número de jentes de poca utilidad una prueba de que el Poder Ejecutivo no tiene bastante fuerza para obrar?

¿No será con número igual de hombres de ningún provecho una vergonzosa ignominia para la Nación?

¿Cuál será la suerte de estos individuos ? y cuál la de una nación de que ellos forman una cuarta parte ?

¿No se presentaría como nuevo e inaudito un código que en el Departamento financiero - gastose los fondos públicos para asegurar propiedades que en si no existen?

¿Se encontrará un solo principio de economía política que justifique el gravar con impuestos a la parte laboriosa del Estado, mientras que la otra permanece en la holgazanería y lo pereza?

Pero bajo nuestro actual sistema de leyes, se ven practicadas estas máximas destructoras:

Y para probarlo me refiero al número de Representantes mandados al Congreso, que reconoce por base de proporción por un leiislador por cado 30.000 almas.

El cálculo de los gastos es el siguiente:

Por Senadores 75.144 pesos: por Representantes 123.746 pesos: Total 198.890 pesos.

*Si mis observaciones anteriores son exactas, no hay más que la mitad de la población, que contribuye a la prosperidad pública, **por esto es que la parte única qué está formada por -ciudadanos útiles es digna de la protección del Congreso**, porque ellos solos, o **solamente esta parte tiene objetos que sean dignos de proteger mientras que en la otra parte siendo dueños de muy poca cosa los hombres que la constituyen, bastasen las leyes municipales - para formar su bienestar y su felicidad.***

Bajo este supuesto yo reduciría lo ley que arregla el número de Representantes al Congreso, en la proporción de uno por cada 30.000 almas, mayores de edad de 8 años que fueran dueños de una propiedad raíz que alcanzase al valor libre de 20 pesos, supliendo este defecto el ejercer algún oficio o industria útil, bien fuese jornaleros o no.

Yo no persistiré en defender mi hipótesis porque estoy pronto a ceder a unas razones más -convinientes o de más peso : pero creo que el objeto del Gobierno representativo no es otro que proteger propiedades donde ellas existen, y propagar leyes para crearlas, aumentarlas y asegurarlas, y con un código de leyes civiles toda la igualdad que tal Gobierno puede -dar, se había conseguido.

Si esto es exacto, la mitad de los Representantes son suficientes: y por lo consiguiente -ningún departamento puede mandar más que un número proporcionado de Senadores.

Con esta sola reforma, la Nación salvará cerca de cien pesos de gastos anuales.

El Secretario del Interior i Relaciones Exteriores.

Mariano Ospina

" Leyes i Decretos Espedidos por el Congreso Constitucional de la Nueva Granada en el año de 1842 "
págs. 13 i 14.

En 1858 se promulga una nueva constitución y se le da a la República el nombre de Confederación Granadina, compuesta por ocho estados soberanos: Antioquia, Bolívar, Cauca, Cundinamarca, Magdalena, Panamá y Santander.

En 1860, el general Tomás Cipriano de Mosquera, Presidente del Cauca, se rebela contra el gobierno general, y al año siguiente sus tropas toman por asalto a Bogotá; se disuelve la Confederación granadina y se establece la República provisional de los Estados Unidos de Nueva Granada, presidida por Mosquera.

En 1863 se reúne en Rionegro - Antioquia la Convención Nacional Constituyente y se expide una nueva Constitución de tipo federalista, adopta la República el nombre de Estados Unidos de Colombia, integrada por nueve estados soberanos otrora la Confederación granadina, más el estado de Tolima. La constitución de Rionegro establece la libertad absoluta de prensa y de comercio, declara abolición de la pena de muerte, y limita a dos años el periodo presidencial. Tomás Cipriano de Mosquera es elegido Presidente por la Convención, y decreta la desamortización de bienes de manos muertas esperando reunir cuantiosos fondos para impulsar las obras públicas. Mosquera se pone al frente de las tropas destinadas a repeler la invasión del ejército ecuatoriano, el cual es derrotado. Mosquera acepta firmar la paz a condición de terminar los enfrentamientos entre colombianos y ecuatorianos. De regreso a Bogotá envía una fuerte carta al congreso en la que denuncia la gran corrupción administrativa, la relajación moral de la sociedad colombiana y el saqueo de los bienes de manos muertas.

En su segundo periodo de gobierno Mosquera intenta frenar el librecambio e introducir medidas protectoras de la industria nacional artesanal, a lo que se oponen los comerciantes. En 1867 es depuesto del mando por el ejército aliado de los liberales y conservadores. Asume el general Santos Acosta.

Después de nueve años de tensa puja política los conservadores se rebelan contra el gobierno, presidido por Aquileo Parra. En 1877 se rinden y termina la guerra civil.

Los artesanos organizan un movimiento político independiente comandado por el doctor Rafael Núñez, que respalda la candidatura del general Julián Trujillo, héroe de la guerra civil. Elegido presidente, al darle posesión el presidente del senado, Rafael Núñez, anuncia profundos cambios políticos y económicos, sintetizados en las célebres palabras “Regeneración administrativa fundamental o catástrofe y paz científica” lo que desata la oposición de los liberales radicales.

No obstante, en 1880 Núñez es elegido presidente por abrumadora mayoría y pone en marcha su política de regeneración administrativa. Pone freno al librecambismo, concentra la capacidad de emisión monetaria en el Banco Nacional y promueve un programa de protección a la industria artesanal.

Núñez es reelegido en 1884 y promueve la reforma de la Constitución. Tras derrotar a los rebeldes, Núñez convoca el Consejo Nacional de Delegatarios, compuesto de dos miembros por cada estado, y se procede a redactar una nueva Constitución, de carácter centralista.

En 1886 Se promulga la nueva Constitución, la cual regiría la nación hasta 1991. Adopta el nombre de República de Colombia. Queda abolido el federalismo. Los antiguos Estados soberanos se convierten en departamentos. La libertad absoluta de prensa es sustituida por “prensa libre pero responsable en tiempos de paz”. Se implanta un rígido control de cambios y se promueven diversos estímulos a la industria nacional. Se impone el papel moneda de curso forzoso. El periodo presidencial se alarga a seis años. Rafael Núñez es elegido presidente, pero su delicado estado de salud hace que ejerza sólo por breves períodos. Entre 1886 y 1898 se encargarán del poder ejecutivo José María Campo Serrano, Eliseo Payán, Carlos Holguín y Miguel Antonio Caro.

En 1898 es elegido el conservador Antonio Sanclemente. La puja entre librecambistas y proteccionistas se acentúa. Los liberales reclaman reforma electoral que les otorgue

garantías políticas. En octubre, se levantan en armas en Santander y en noviembre se generaliza la guerra civil conocida como la guerra de los mil días. Sanclemente, fue derrocado el 31 de julio de 1900 por José Manuel Marroquín, conservador aliado con el liberal Aquileo Parra; a pesar de dicha alianza, la guerra continuaría entre liberales y conservadores históricos. Esta guerra se caracterizó por un enfrentamiento irregular entre el ejército gubernamental (en un principio nacionalista, después conservador) bien organizado y un ejército de guerrillas liberales mal entrenado y anárquico.

Los insurrectos recibieron el apoyo de liberales de otros países, en especial de Venezuela. El conflicto degeneró en una larga guerra de guerrillas en la que ambos bandos cayeron en excesos y brutalidades a una escala jamás vista en Colombia desde los tiempos de la independencia.

Durante la guerra, el partido Nacional en cabeza del presidente Sanclemente, buscó negociar con conservadores y liberales incluyéndolos en el gobierno: Nicolás Esguerra fue comisionado para entenderse con la empresa del canal de Panamá. Esto resultaría inútil, pues los conservadores históricos estaban en conflicto con los nacionalistas y tenían afinidades con los liberales, quienes tampoco tenían intenciones de negociar con el gobierno. El gobierno nacionalista fue depuesto del poder por los conservadores, quienes tomaron control del Estado y las instituciones militares a pesar de dos intentos infructuosos de restablecer a Sanclemente en el poder.

Después de casi tres años de derramamiento de sangre, se firmaron los tratados de paz en la hacienda Neerlandia (ubicada en la zona bananera del Magdalena, cerca de Ciénaga) y el definitivo, el 21 de noviembre de 1902 a bordo del acorazado estadounidense USS Wisconsin atracado en la bahía de Panamá.

La guerra civil, aunada a la ubicación geográfica y el interés de los Estados Unidos sobre el canal de Panamá³⁶, desembocaría en su secesión.

³⁶ El lenguaje de la declaración es similar el de la declaración de independencia de Estados Unidos: destaca los agravios infligidos como causa de la emancipación. Sin embargo, aparte del descuido del centro hacia la provincia, tales agravios no eran reales: los gravámenes no eran una carga significativa impuesta por el gobierno central, pues se había vuelto inefectivo como resultado de veinte años de guerra civil. Las referencias al «Istmo» y al «pueblo istmeño», indica que no fueron redactados por ellos. Se critica además a Colombia por rechazar el tratado Hay-Herrán con el ánimo de perjudicar a Panamá, lo cual es demasiado simple; lo cierto es que los colombianos rechazaron el tratado porque querían más dinero, y no para castigar a Panamá. El presidente del Concejo, Demetrio Brid, le envió un cable al presidente Roosevelt:

Colombia quedó devastada en todos los aspectos: a la crisis económica se unió la separación de Panamá el 3 de noviembre de 1903, y la deuda de los gastos militares en los que incurrió el gobierno. El país estaba destruido.

Los siguientes treinta años marcaron un lento proceso de integración territorial y de delimitación fronteriza. Al culminar la "hegemonía" conservadora, en 1932 se presentó un incidente de guerra contra el Perú, en el cual Colombia recuperó la franja amazónica invadida. Se avanza en la construcción de caminos, puertos y ferrocarriles; se fomentan la caficultura, el tabaco, el banano (que dará lugar a un grave choque entre trabajadores de las plantaciones de la United Fruit y el Ejército, para el efecto leer La masacre de las bananeras) en 1.928, con lo cual surge a la historia el movimiento sindical); y la producción minera de oro, plata y petróleo, estas últimas con fuertes inversiones extranjeras. Se exportan banano, cacao, oro, caucho y maderas, café y tabaco. Y surgen las primeras manufacturas.

Los liberales llegan al poder en los años treinta, con ánimo de modernizar los criterios de desarrollo, e introducen reformas al sistema laboral, al régimen de propiedad de la tierra y a otros aspectos, como la educación, muy descuidada desde las administraciones radicales del siglo anterior. Y renuevan el impulso a la industrialización impuesta por la coyuntura de la Segunda Guerra Mundial.

El regreso de los conservadores al poder en 1946 en medio de fuertes tensiones políticas, agudiza viejos enfrentamientos: Jorge Eliécer Gaitán, líder liberal de amplio arraigo popular, es asesinado en 1948, cuando se celebraba en Bogotá la Conferencia Panamericana que dio origen a la Organización de Estados Americanos. Hubo grandes motines urbanos y se desató el período conocido como "la Violencia", cerca de 15 años de barbarie que asoló campos y ciudades. En algunas zonas se formaron guerrillas para enfrentar a la Policía. Un golpe de estado interrumpió por corto lapso (1953-58) la historia de la **democracia formal** en Colombia.

A Su Excelencia el Presidente de los Estados Unidos Washington. La Municipalidad de Panamá celebra en este momento sesión solemne adhiriéndose movimiento separación Istmo de Panamá resto de Colombia, y espera reconocimiento de ese Gobierno para nuestra causa. Demetrio H. Brid.

El Gobierno Militar obtuvo un armisticio parcial en las luchas campesinas, pero las **restricciones a la prensa** y a la actividad de los partidos llevaron a liberales y conservadores a unirse para derrocarlo. El acuerdo del "Frente Nacional" cobró carácter constitucional de gobiernos compartidos y alternados a partir de 1958, y duró 16 años, más de lo previsto, **sin lograr erradicar las guerrillas**, que resurgieron con otro carácter (agrario en algunos casos, comunista o castrista en otros, maoísta, sin excluir la evolución hacían bandas de delincuentes comunes y pasando por el crimen organizado). Ello se debió en parte a la nula oportunidad que el modelo daba a opciones diferentes a los dos partidos mencionados, y en parte a la tardanza de los gobernantes en atender situaciones de extrema pobreza o marginalidad en amplias zonas de la población.

6.3. La violencia. Una realidad estructural en la sociedad colombiana

A continuación se expondrá una síntesis de los estudios más relevantes que se han hecho sobre el fenómeno de la violencia en Colombia, no circunscrito al periodo que fue bautizado con este nombre³⁷, sino a la caracterización que ya se ha arraigado en el imaginario colectivo del país, propio y foráneo.

6.3.1. La Violencia en Colombia. Germán Guzmán, Orlando Fals Borda y Eduardo Umaña Luna

Ante el desastre ocasionado por el sectarismo político, se había constituido durante el gobierno de la Junta Militar que desembocó en la instauración del frente nacional la Comisión investigadora de las causas de la violencia política partidista, cuyo resultado se publicó en 1962, bajo el título *La violencia en Colombia*³⁸.

Este informe ha sido reconocido como uno de los estudios más rigurosos sobre el problema, en el cual se reconocen múltiples formas de violencia que sobrepasan la

³⁷ En esta época "La violencia" tuvo connotación de ente autónomo y etéreo: se denominó así el periodo de enfrentamientos entre liberales y conservadores comprendido entre los años 1945-1965, que acarrió cerca de trescientos mil muertos y la migración forzada de más de dos millones de personas (casi una quinta parte de la población total del país) y se caracterizó por la barbarie desaforada que se movía entre la anarquía, la insurgencia campesina y el terror oficial. Tras de ella se camuflan masacres, impunidad y enajenación lingüística y real de responsabilidades: "la violencia le arrebató la tierra" "la violencia se le llevó al hijo" como si fuera "un gran sujeto histórico trascendente y ajeno a los actores del conflicto" Durante este periodo varios personajes y grupos de ambos bandos enfrentados, como "Los Chulavitas" originarios del departamento de Boyacá y los denominados "Pájaros" del departamento del Valle del Cauca, se hicieron famosos por sus acciones atroces. Finalizado el conflicto por medio de amnistías, más de diez mil guerrilleros liberales dejaron las armas.

³⁸ Germán Guzmán, Orlando Fals Borda y Eduardo Umaña Luna (1964) **La Violencia en Colombia: estudio de un proceso social**; Ed. Punta de Lanza

dimensión política sin excluirla, generando caos y originada en una democracia que desconoce la pluralidad social de quienes se supone representa, fomenta la desigualdad y limita el ejercicio de derechos para todos los ciudadanos.

La creación mediante Decreto 0942 de 1958 de La Comisión Nacional Investigadora de las causas y situaciones presentes de la violencia en el territorio nacional, buscaba “recobrar la imagen externa del país, facilitar la paridad en los puestos públicos y la alternación en la presidencia” Más adelante, el autor³⁹ consideraría dos objetivos menos demagógicos: “buscar el retorno al Estado de Derecho impidiendo la toma del poder por el pueblo, o la legitimación del Frente Nacional” y aún peor, la Comisión como instrumento de la clase dominante para reproducirse y perpetuar ese poder a través del Estado.

La Comisión estuvo conformada por dos militares, dos sacerdotes y dos representantes de los partidos políticos (todos de élite). Escuchado Germán Guzmán⁴⁰, se decidió aproximarse a los protagonistas de la violencia, sin acudir a método específico alguno sino más bien considerando unos mínimos conforme al objetivo:

1. Accesibilidad de la comisión
2. Imparcialidad
3. No juzgar
4. Libertad de expresión
5. No imponer decisiones
6. Aceptar condiciones de seguridad para los intervinientes
7. Registros fieles
8. Acordar soluciones de común acuerdo.

³⁹ Guzmán C., German. Reflexión crítica sobre el libro La violencia en Colombia. Sociólogo miembro de la comisión investigadora de las causas de la violencia, coautor del libro.

⁴⁰ Monseñor Germán Guzmán Campos fue sacerdote de la Iglesia Católica y ante todo un gran pastor de almas. Confesor de guerrilleros, bandoleros, soldados, víctimas y victimarios en El Líbano (Tolima), acaso el pueblo más azotado por la primera violencia, conoció profundamente el desarrollo de este fenómeno, su complejidad y sus causas. Compartió el pensamiento de Camilo Torres, en cuanto a la preocupación por la injusticia y el desequilibrio entre los diferentes factores sociales. Tras la escritura de este libro y debido a las múltiples presiones a las que fue sometido, tuvo que partir a México, donde estudió y enseñó Sociología. Se retiró de sacerdote y murió en México D. F. **Tomado de: autores, grupo Santillana.**

Si bien lo expuesto puede parecer “mecanicista”, lo práctico era lo indicado, pues no podía la Comisión “divagar” sobre tema tan delicado.

La investigación contribuyó en la búsqueda de salidas políticas al conflicto y planteó con bases sólidas la necesidad de ampliar la cobertura del sistema político. Se logró la pacificación en Caldas, Valle, Cauca, Tolima, Huila.

El material recopilado, sirvió de base al libro. Un vez publicado, las reacciones fueron múltiples: desde los detractores, pasando por las acusaciones mutuas: “el libro fue usado como pretexto de diatribas mutuas” Finalmente, “los sectores oligárquicos comprometidos urdieron una estrategia a nivel nacional para rehacer su imagen y enviar el fenómeno a un plano secundario y marginal” “las reacciones fueron emotivas y encaminadas a preservar sistemas particulares y estructuras obsoletas, discutibles e inconvenientes para el país” **La posterior persecución contra autores, la facultad de sociología y la sociología en sí, evidenció que la violencia estaba adosada en el alma de los dirigentes y que el propósito de la investigación había sido en efecto mero mecanismo de auto- resarcimiento.** “El libro estremeció los cimientos de las estructuras sociales de la época, y a pesar de sus defectos y de los años, aún es válido; su análisis se debe realizar en el complejo contexto de ese entonces”.

Las críticas lo tildaron de descriptivo, lo cual es cierto pero necesario ante la ocultación mediática de los hechos, como si al ocultarla no existiera. Otras críticas se quedan en lo superficial, sin ahondar o mejorar lo criticado. El libro no es compilatorio: no contiene “todo” sobre la violencia (era imposible) pero ha servido de base sí a muchos investigadores, a literatos, la sacó del campo (a la violencia... en ambos sentidos) y la alejó de la pasión política.

Nuevos elementos de interpretación del fenómeno indican que el análisis no debe teorizarse ni limitarse a la relación causa efecto: es una explicación facilista. **La violencia ha estado ligada a la evolución económica que destruye estructuras comunitarias;** y abarca, además de la causalidad, la determinación estructural (del todo a las partes) teleológica (maquiavélica) estadística (relaciones interdependientes)⁴¹

⁴¹ Joxe, Alain. Citado en Reflexión crítica sobre el libro La violencia en Colombia, Colombia, violencia y democracia, coordinador de la comisión Gonzalo Sánchez Gómez.

Se concluye que la evolución económica es un determinante de la violencia, así como la imposición de una relación social basada en la dominación de clases y de naciones. La contradicción antagónica ocasiona que el conflicto no pueda ser superado. Fenómenos derivados del sistema económico como narcotráfico y mafias han contribuido a agravar el problema. Sin superar los orígenes planteados, el trinomio política, poder y violencia es indisoluble pues si no hay otra manera de ser escuchado que mediante la violencia, ésta persistirá.

En 1987, la Comisión de estudios sobre la violencia⁴² presentó al gobierno el informe denominado “Colombia: violencia y Democracia” en el cual se afirma que la violencia, entendida como las actuaciones de grupos o individuos que atentan contra la integridad física o moral de otras personas; violatoria de los derechos humanos, comenzando por la vida, no es sólo ejercida por los “pobres” sino que además tiene múltiples expresiones que sobrepasan la dimensión meramente política: la socio-económica, la sociocultural y la violencia sobre los territorios, entre otras. Consideró la Comisión que “todas ellas se veían reforzadas por una cultura de la violencia reproducida a través de la familia, la escuela y los medios de comunicación, como agentes centrales de los procesos de socialización”

La tesis central del estudio es que **los gobiernos se han concentrado en atender las violencias políticas y del narcotráfico, ignorando otras que generan mayor número de “víctimas” diarias, originadas en la profunda desigualdad social, y que hacen eco en las grandes urbes.**

De otra parte, las violencias organizadas alrededor de grandes capitales lícitos o ilícitos, se han intrincado en las instituciones buscando el control político y social.

El informe elabora una taxonomía de la violencia:

Modalidad de violencia	Carácter	Víctimas
Crimen organizado	Privado	Políticos, periodistas
		Particulares (boleteo, extorsión)

⁴² En enero de 1987, bajo el gobierno liberal del Presidente Virgilio Barco, el ministro de gobierno Fernando Cepeda Ulloa convocó a los autores -académicos investigadores sobre la violencia- para consultarles acerca de las perspectivas del fenómeno y sus recomendaciones. La independencia del equipo investigador fue garantizada mediante la financiación de Colciencias.

Guerrillas	Diverso, desde ideológico hasta económico	Estado
		Población civil (secuestro, retaliación)
Estado	Guarda del orden público	Líderes de izquierda
		grupos étnicos
Particulares no organizados	Justicia privada, delincuentes, venganza	Particulares
Particulares organizados	Paramilitares, escuadrones de limpieza	Particulares
Doméstica	Privado	Contra los hijos, los cónyuges
Por contrato	Económico	Sicariato

Fuente: elaboración propia con base en “Colombia: violencia y Democracia”

Caracteriza además lo diferentes factores de la violencia:

- **La violencia es bidireccional:** no sólo de quien pretende apropiarse sino de quien pretende defender lo propio. No sólo de quien quiere dominar, sino de quien no quiere ser dominado; de quien defiende un statu quo y de quien busca movilidad social; de quien quiere ampliar sus fronteras de manera ilegítima, despojando al pequeño propietario, al nativo.
- **Factores que contribuyen a agudizar el fenómeno: inoperancia de la justicia (impunidad)** incapacidad del Estado, **los mensajes mediáticos; la cultura del facilismo:** “los colombianos se matan más por razones de calidad de sus vidas y de sus relaciones sociales que por lograr el acceso al Estado”

Una manera de contrarrestarlo es con un Estado democrático y de derecho legítimo, que reconozca el pluralismo y trabaje de manera efectiva para corregir la desigualdad; urge la implantación de caminos efectivos para la participación social, y buscar el reconocimiento y apoyo exterior en estas tareas que no en otras que comprometan soberanía.

Con ocasión del Plan Nacional de Rehabilitación adelantado en el gobierno liberal de Virgilio Barco, Carlos Ossa Escobar manifestó: “como prioridad del programa de cambio social, si se fortalece y produce los resultados esperados se le quitará la base a la acción guerrillera sobre el campesinado; el propio movimiento subversivo perderá su razón de ser por acción de la empresa rehabilitadora...”

No obstante, los resultados no fueron los esperados porque se desvirtuó el objetivo de esta política y no se acompañó de un proceso de reforma agraria.

Recomiendan finalmente: combatir la polarización, buscar una división y separación clara entre lo castrense y lo civil, en funciones. El tratamiento de los delitos comunes y de DDHH por la justicia civil. La Política de defensa debe ser definida en el congreso luego de una discusión nacional; el Ministerio de defensa debe ocuparse del orden público interno así como de su información y la coordinación interinstitucional de obras. Y la creación de un Consejo Nacional de normalización para verificación de la política de participación en diferentes niveles territoriales.

Aparte, el documento ofrece un análisis sobre La violencia y los medios. Considera que al menos existe un grado de influencia en la exacerbación o morigeración de situaciones de pugna.

Manifiesta sobre el proceso de paz adelantado por Belisario Betancur: **“en lo referente al desarme de los espíritus como deber primordial de la prensa, consideramos que su contribución no siempre se vio alinderada en el costado de los defensores del proceso”**

Merece tres análisis: los medios como empresas privadas con intereses propios; los periodistas, empleados de éstas; las fuentes.

Son menos los lectores de prensa escrita por lo que su influencia está más ligada a sectores políticos, frente a la radio y la televisión que sin duda calan en sectores vastos de la sociedad.

La prensa escrita se ha movido hacia la democracia sin ser completamente neutral; el oficialismo de Estado ha sido predominante frente a otras fuentes; y la exacerbación de hechos violentos en ocasiones sin confrontar versiones ni fuentes, han contribuido a caldear los ánimos y tomar posiciones en ocasiones extremas.

Han generado identificación entre la izquierda y la subversión; le han achacado a colectivos determinados todos los males del país (recuérdese la época en que desde el mismo estado se culpaba a una persona de todo: Pablo Escobar... y se volvió coloquial... quién hizo tal cosa? Pablo Escobar, quién hizo tal otra? Pablo Escobar.

Igual ha sucedido con la guerrilla... como si identificando la violencia con un ente fuera posible conjurarla.

Periodistas encuestados afirmaban que ejercían en un 78% la autocensura por no corresponder con los intereses de sus grupos de presión (propietarios, patrocinadores, pauta, gobierno, el único que no figura es “la opinión pública”)

- **Radio:** cuatrocientas estaciones. El afán de la chiva supera cualquier otra consideración. El sensacionalismo de hechos violentos puede en ocasiones compararse con el deportivo. Incluso el lenguaje llega a ser bélico e incita a la agresión.
- **Televisión:** aún peor por las cualidades del medio: la visual que engrandece acciones incita a emularlas; sin criterios ni una sólida formación en valores, el televidente puede ser presa fácil de escenarios virtuales que se pueden asumir como reales: dibujos animados en los que la violencia parece graciosa (gran sátira de los Simpson, donde la tira cómica que ven los niños es de un gato que literalmente descuartiza a un ratón y para los niños resulta hilarante); novelas en los que la violencia contra la mujer se toma como “natural” y noticias que hacen apología del delito. Es claro que con series como CSI se incrementaron los programas de criminalística en el país, como si fuera real lo que es una representación engrandecida de la investigación delictiva, y como si hubiese entidades estatales del tamaño para albergar cantidad de tales investigadores... lucrativo negocio sin mayor publicidad, programas de investigación “garaje”

No son neutrales en los conflictos internos: abierta o soterradamente toman partido y exacerban los ánimos: recuérdese a la periodista Claudia Gurissati tuteando a Fidel Castaño (líder criminal del paramilitarismo), como si fuera invitado a cenar en el salón de su casa...

Es claro que los medios contribuyen en la polarización del país y resultan en ocasiones superficiales e irresponsables, no siguen las noticias (periódico de ayer) y boicotean iniciativas a priori desconociendo el desenlace pero sí formando opinión contraria.

Cabe anotar que perviven magníficos profesionales del periodismo que incluso con su vida han pagado la osadía de denunciar, desvelar, desmentir,... acreditar sus noticias.

El estudio recomienda: estatuto de medios, no como forma de censura sino como garantía de acceso; Consejo nacional de Periodismo y tribunal de ética, que aun estando consagrados por Decreto no se han hecho efectivos. Acreditación de las escuelas de formación para elevar la calidad profesional. Establecer “conductos regulares” para la entrega de información oficial; garantizar el acceso del periodista a las zonas de conflicto. Régimen de incompatibilidades (de quién son las universidades? Qué intereses tienen?)

Finalmente, el estudio convoca al país en defensa de los derechos humanos y la democracia, y apela a la voluntad política para afrontar la violencia en sus diversas facetas.

6.3.2. Pasado y presente de la violencia en Colombia. Compilación Gonzalo Sánchez y Ricardo Peñaranda

En su “historiografía” de la violencia en Colombia⁴³, Sánchez sostiene que el país ha pasado por tres etapas de luchas guerrilleras caracterizadas por el contexto en que se producen, el carácter de los protagonistas y los motivos y objetivos:

1. las guerras civiles, motivadas por las diferencias entre las clases dominantes, en las que se mezclaban las órbitas político-militares
2. La Época de La Violencia en la que se diferencian dominantes de dominados; los primeros son quienes enardecen los ánimos a través del bipartidismo, pero la lucha ya no es sólo militar sino que existe también un campesinado organizado. Esta etapa estuvo alimentada por el surgimiento de movimientos sociales y la influencia gaitanista que alimentaba una diferenciación entre el pueblo y la oligarquía, siendo el primero supuestamente representado por el partido liberal⁴⁴.

⁴³ Gonzalo Sánchez y Ricardo Peñaranda (Compiladores): **Pasado y presente de la Violencia en Colombia**, CEREC, Bogotá, 1987.

⁴⁴ Existen teorías sobre el origen gaitanista de las guerrillas liberales y otras que aún subsisten.

En esta época, la acelerada urbanización permitía azuzar la violencia rural con seguridad relativa ante la autonomía campesina⁴⁵

3. Tanto la dirección y orientación ideológica como el liderazgo político-militar se diferencian de las clases dominantes y se intrincan acaso con fenómenos de poderío mundial (esto no es del todo cierto porque el paramilitarismo es un ejercicio predominantemente dominante)

En cuanto a su origen, hay quienes sostienen que es político-partidista y quienes afirman que es socio-económica o “de clase” **En el primer caso está más relacionada con una subcultura de identificación primigenia (se nace liberal o conservador⁴⁶) El bipartidismo divide a la sociedad verticalmente puesto que los partidos no representaban diferencias de clase sino entre las mismas clases, más posiciones doctrinarias que postulados sociales o económicos, y las masas se adherían a uno u otro por razones de conveniencia, supervivencia o identificación primaria más que por su contenido ideológico. La religión jugó un papel preponderante en la polarización, por acción o por omisión.**

Frente a los efectos económicos de “la época de La violencia”, se diferencian dos posiciones: la que sostiene que se dio un proceso de “refeudalización” del país (Posada, 1968); y la que afirma que se dio un proceso de expropiación campesina y expansión capitalista. En efecto, Kalmanovitz-2005 afirma que “Los derechos de propiedad extensivos y ambiguos en el campo crearon condiciones de inequidad, de bajos consumos para la mayor parte de la población y constituyeron un caldo de cultivo para el conflicto social que no pudo ser canalizado y resuelto por las instituciones políticas del país. Con el desarrollo de los mercados, la distribución, de partida desigual, mejoró marginalmente, pero incentivó el uso ineficiente de los recursos productivos, en especial de la tierra. La guerra civil de los cincuenta dejó asuntos sin resolver que reaparecieron más tarde, en la forma de insurgencia que, alimentada por los recursos del narcotráfico, se tornó en un problema serio de seguridad nacional y continental. Ni la reforma agraria fue aplicada a fondo para resolver los problemas legados por la guerra civil, ni la

⁴⁶ Nótese que en primera vuelta de las elecciones presidenciales 2014 el partido conservador, que aún pretende diferenciarse de los múltiples partidos hechos y deshechos en los últimos quince años, obtuvo por su candidata oficial la nada despreciable suma de 2 millones de votos.

tributación de los propietarios de tierras fue posible para atender las necesidades más apremiantes de los municipios rurales del país”

Los análisis posteriores se agrupan también en vertientes: las que parten de la consideración de la violencia como “coyuntura política” (1945-1965) hacia “perspectivas de larga duración en las cuales el fenómeno se proyecta como elemento estructural de la evolución política y social” e incluso económica; las que la analizan como resultados de tensiones inter/intra regionales ya sean políticas, territoriales o de clases (Fajardo, Arocha, 1979; Ortiz, 1985; Henderson, 1984) Y las que se acercan a dar una explicación menos economicista y más de corte político-ideológico e incluso “cultural”

En todos los casos, el dolor se ha visto reflejado en las expresiones artísticas, literaria, plástica, visual; y el balance de ganadores y perdedores aún no se resuelve, si bien en la época de la violencia los primeros fueron los promotores de la misma, y bajo el tapete del “frente nacional” se repartieron poder y pasado para así continuar impunes en la historia.

6.3.3. Cinco tesis sobre narcotráfico y violencia en Colombia, Alvaro Camacho Guizado.

En el artículo⁴⁷ el autor aborda varias vertientes del fenómeno, entre ellas el narcotráfico como problema originado en países poderosos, principales consumidores y por ende demandantes, y achacado a los países productores que lo son porque para bien o para mal tienen las condiciones para su proceso. Entonces, la búsqueda de solución ha estado enfocada en la producción más que en el consumo y la complicidad de sectores que se benefician con los flujos de dinero del comercio, insumos, etc.

La droga es uno de los pocos productos cultivados cuyo proceso está en manos de grupos sociales fuera del control de la economía institucionalizada de los países desarrollados y se benefician el sector financiero internacional y las mafias, quienes poseen mecanismos de evasión tributaria donde operen.

⁴⁷ Camacho Guizado, Álvaro; **Cinco tesis sobre narcotráfico y violencia en Colombia**; publicado en Revista Foro, N° 15; Septiembre de 1991.

La primacía política impone el manejo del problema a nivel estatal, interiorizándolo como propio y agudizando el conflicto interno. Como negocio lucrativo e ilegal, su “defensa” se hace por las vías de la fuerza y recluta para sí otras violencias que interactúan, se confunden y finalmente se ejercitan contra otros sectores “ajenos” al problema, mediante la ampliación de sus fronteras a través de la fuerza, la creación de ejércitos paralelos para su control y la “permeación” de la administración en todos sus niveles.

Ante la inoperancia del estado, la violencia se personifica: “todo es culpa de Pablo Escobar”. Los capitales del narcotráfico han “redistribuido” y concentrado ingresos, aunque los primeros puedan ser efímeros. Las políticas se debaten entre el silencio cómplice y la lucha, ninguna de las dos protege a la población de los efectos perversos en cualquier caso del narcotráfico. Sería un frágil y precario triunfo del Estado de Derecho sobre la fuerza brutal de las armas...

Aunque los “capos” se entreguen o se arresten o se eliminen, otros recogen sus banderas mientras que el negocio sea lucrativo. En cualquier caso, la sensación de impunidad flota en el ambiente en este y otros casos.

6.3.4. Daniel Pécaut Guerra contra la sociedad

Analiza⁴⁸ el contexto inicial en que se producen los fenómenos de violencia en Colombia y enfatiza en las estrategias de los diversos actores armados y de las mafias, su evolución y los efectos que han tenido sobre las estructuras sociales; concluye que los enfrentamientos ya no se relacionan con tensiones sociales previas sino con el control de los recursos económicos y el poder local. La mayoría de la población quiere el fin del conflicto y no se identifica con los actores armados, pero teme manifestarlo.

6.3.5. La nación soñada. Eduardo Posada editorial

*“Quien repase con alguna atención la prensa no tardaría en descubrir ese lenguaje ya corriente que nos inculpa casi a diario como una nación bárbara y violenta, vacía de valores éticos y políticos que conduzcan su destino, inmersa desde la eternidad en una guerra ininterrumpida y sin solución...”*⁴⁹

⁴⁸ Pécaut, Daniel; **Guerra contra la sociedad**; Ed. Espasa; 2001

⁴⁹ Posada, Eduardo. **La Nación Soñada**; Editorial Norma; 2006

Sostiene Posada que se ignora la tradición democrática del país y que el Congreso colombiano es el más longevo de América Latina, que siempre ha servido de “muro de contención” La democracia un procedimiento que permite resolver los conflictos pacíficamente. Afirma que el poder central sólo se ha controlado marginalmente, porque el país tiene una fuerte tradición de control del ejecutivo central. Se ha dejado al margen el control del poder de los gamonales y caciques de provincia donde se origina el problema rural al haber más arbitrariedad del poder. Pero Bogotá siempre ha competido con otros centros de poder. Se tiene una idea de fragmentación regional que es una base material, pero hay también una base ideológica.

Respecto al sector judicial, en especial de la cortes Suprema y Constitucional, Colombia fue de los primeros países latinoamericanos que introdujo la acción de constitucionalidad, y el papel de la Corte ha sido muy importante como morigerador de poderes.

Analiza tres líneas de explicación del origen de la violencia:

1. La violencia como una guerra ininterrumpida desde la independencia. Existe una línea teórica que afirma que la violencia de hoy es una continuación de la de los años cincuenta, y ésta una continuación de la de los mil días, y ésta de las guerras civiles, y así se remontan hasta las guerras de independencia. Esta es una primera crítica: la historia no ayuda para explicar la violencia, eso de que hay violencia en Colombia hoy porque siempre la ha habido, es una simplificación falsa.
2. Somos violentos porque somos una sociedad intolerante, porque no respetamos la diferencia del otro. No existen estudios serios sobre esta causalidad, no es científico asimilar los índices de homicidios con índices de intolerancia sin ninguna demostración. De otra parte, la intolerancia no implica violencia. Ha existido un fuerte componente político en las violencias de los siglos XIX y XX Pero el Frente Nacional fue un ejercicio de tolerancia, muy criticado sí pero de alguna manera efectivo a

la hora de calmar los ánimos, no obstante que algunos consideran este reparto de poder como causante de otras violencias.

Esta hipótesis también desconoce a grandes contemporizadores: Rafael Núñez, Carlos E. Restrepo, entre otros.

3. La violencia en Colombia es un problema de la cultura. Lo que existe ahora es violencia organizada, algunas con connotaciones políticas y otras no. Además, en el caso del narcotráfico y los niveles de violencia, donde hay grupos criminales organizados se generan impactos directos e indirectos, al socavar el aparato judicial, popularizar nuevas técnicas criminales, armas, todo lo cual genera más violencia.

Autor/teoría	La violencia es histórica	La violencia política y las instituciones	La violencia es cultural	Urbanismo y violencia	Actividades ilícitas y violencia
LA VIOLENCIA EN COLOMBIA Germán Guzmán, Orlando Fals Borda y Eduardo Umaña Luna, 1964		La democracia en Colombia desconoce la pluralidad social de quienes se supone representa, fomenta la desigualdad y limita el ejercicio de derechos para todos los ciudadanos. La violencia ha estado ligada a la evolución económica que destruye estructuras comunitarias			

<p>(Colombia, violencia y democracia), Comisión de estudios sobre la violencia1987</p>		<p>Es una postura de quienes detentan el poder; la violencia sobrepasa la dimensión política y genera caos y anarquía; agudizan el fenómeno: la inoperancia de la justicia (impunidad) la incapacidad del Estado, los mensajes mediáticos; la cultura del facilismo. Se requiere un Estado democrático y de derecho legítimo, que reconozca el pluralismo y trabaje de manera efectiva para corregir la desigualdad; urge la implantación de caminos efectivos para la participación social, y buscar el reconocimiento y apoyo exterior en estas tareas que no en otras que comprometan soberanía.</p>	<p>no es sólo ejercida por los “pobres” sino que además tiene múltiples expresiones que sobrepasan la dimensión meramente política; reforzada por una cultura de la violencia reproducida a través de la familia, la escuela y los medios de comunicación, como agentes centrales de los procesos de socialización</p>	<p>los gobiernos se han concentrado en atender las violencias políticas y del narcotráfico, ignorando otras que generan mayor número de “víctimas” diarias, originadas en la profunda desigualdad social, y que hacen eco en las grandes urbes.</p>	
<p>Gonzalo Sánchez Pasado y presente de la violencia en Colombia</p>	<p>Puede ser: son guerras inconclusas cuyas causas no se solucionan, y se transa</p>	<p>Está más relacionada con una subcultura de identificación primigenia (se nace liberal o conservador) El bipartidismo divide a la sociedad verticalmente puesto que los partidos no representaban diferencias de clase sino entre las mismas clases, más posiciones doctrinarias que postulados sociales o económicos, y las masas se adherían a uno u otro por razones de conveniencia, supervivencia o identificación más que por su contenido ideológico. La religión jugó un papel preponderante en la polarización, por acción o por omisión.</p>		<p>Los derechos de propiedad extensivos y ambiguos en el campo crearon condiciones de inequidad, de bajos consumos para la mayor parte de la población y constituyeron un caldo de cultivo para el conflicto social que no pudo ser canalizado y resuelto por las instituciones políticas del país.</p>	

autor/teoría	La violencia es histórica	La violencia política y las instituciones	La violencia es cultural	Urbanismo y violencia	Actividades ilícitas y violencia	Violencia y economía
Cinco tesis sobre narcotráfico y violencia en Colombia, Alvaro Camacho Guizado; 1991		Complicidad de sectores que se benefician con los flujos de dinero del comercio, insumos, énfasis de lucha frontal o “vista gorda” pero siempre enfocado en la producción. Está en manos de grupos sociales fuera del control de la economía institucionalizada de los países desarrollados: permea las instituciones, y genera otras violencias.			Problema originado en países poderosos, principales consumidores, y achacado a los productores que tienen las condiciones para su proceso. La búsqueda de solución ha estado enfocada en la producción más que en el consumo	
Daniel Pécaut	No, es una modalidad concreta de la acción del Estado que expresa además una concepción de lo social	Disolución del Estado a raíz de un modelo liberal de desarrollo económico que lo dejó en manos de corporaciones. Los enfrentamientos ya no se relacionan con tensiones sociales previas sino con el control de los recursos económicos y el poder local				
Eduardo Posada	simplificación	Colombia tiene una tradición institucional demócrata y liberal y de instituciones jurídicas; el centralismo ha tenido control limitado.	simplificación			

La violencia ha sido enfrentada de dos maneras: mediante la lucha frontal, con resultados relativos y generando otras problemáticas asociadas; o mediante el diálogo y la búsqueda de soluciones al conflicto, con resultados también limitados. En ambos casos se han generado efectos negativos sobre la población civil, ya sea desplazados por la guerra o porque ven beneficiados a grupos de personas que antaño fueron sus victimarios, recibiendo un mensaje perverso de “el mal obrar paga”. Esto cuando no se han reincorporado a la vida civil grupos violentos, siendo algunos “premiados” y otros exterminados, conforme a la ideología de turno.

Incluso se han adelantado propuestas de mejorar las bases económicas y sociales rurales con el objeto de deslegitimar el discurso guerrillero de base, pero se ha desvirtuado el objetivo de los programas rurales hacia la obtención de votos; lo anterior aunado a la ausencia de una reforma agraria estructural, por la falta de voluntad política de las élites terratenientes, que se han unido a las manifestaciones de la violencia mediante el paramilitarismo.

Aunque se han evidenciado avances en el régimen municipal - (v. gr.) elección popular de alcaldes, los partidos no son programáticos sino simple extensión del statu quo, del cacicazgo y repartición burocrática de puestos. Ante la conciencia de ello, han surgido pseudopartidos que no mejoran en representatividad pero se venden como alternativas y son flor de un día porque caen en lo mismo.

Ahora bien, bajo el manto de la auto-defensa y la lucha contra la guerrilla se cubre una violencia contra la democracia, la búsqueda de igualdad y la superación de injusticias sociales. De cualquier modo, la captura de la democracia se da por la vía de las herencias políticas: la perpetuación de apellidos en el poder que obedecen a intereses económicos específicos ha condenado el país a 100 años de soledad...

Pero no sólo se desvirtúan los componentes políticos y sociales: los grupos insurgentes también han caído en el marasmo del discurso trasnochado y en la delincuencia; se cae en círculos viciosos de conservación de statu quo perdiendo el norte.

Existe una ambigüedad moral... La ruptura del Estado de derecho no proviene solamente de la subversión que lo reta abiertamente... **se impide el proceso de consolidación de una sociedad civil democrática que no tenga que recurrir a la violencia para el planteamiento y solución de conflictos sociales.** La ética de la democracia y la razón parece enfrentarse con la creciente ideología legitimadora de la fuerza y la violencia.

La paz ha sido blandida por sucesivos gobiernos, y ha sido elegida con diferentes estrategias sin que se haya alcanzado nunca. Se ha avanzado en el reconocimiento de y a las víctimas, quienes por cuestiones prácticas se han relegado a un segundo plano ante la prioridad que se da al combate de la violencia.

El recargo tributario a la clase media, la timidez ante el capital financiero especulativo, y la mediocridad institucional son elementos que indican la continuidad de políticas

concentradoras. Se requiere normatividad para el fortalecimiento de la legitimidad: la capacidad estatal en tela de juicio, la falta de confianza en el gobierno y en las instituciones, y la ausencia de alternativas concretas alientan a seguir el camino delincencial...

Si bien la economía colombiana no ha estado marcada por fluctuaciones fuertes, y ha sido relativamente estable, con excepción de la grave crisis de finales de los años 90 que implicó un retroceso significativo en los indicadores sociales, aún se carga el lastre de la violencia.

La Constitución de 1991, modernizó las instituciones y otorgó herramientas para ello, pero ha sido “manoseada” inmisericordemente para acomodarla a los devenires políticos. No es un buen mensaje para la sociedad y la reconciliación se muestra esquiva.

El desarrollo económico, político y social ha sido muy desigual a lo largo y ancho del territorio, como son los casos de los Llanos Orientales, la Amazonia y el Chocó, entre otros. A esto hay que sumar el hecho de poseer muy diversas culturas (paisas, Santandereanos, etc.), cada una de las cuales posee anhelos y trabaja de una manera diferente.

“El conflicto es inherente a la vida y, sobre todo, al cambio social. Así mismo, que la economía y la política no se relacionan de manera unívoca y perfectamente predecible.

Sin embargo, la vía exclusiva de tramitar los conflictos no es la violencia, ni la única manera de entender la relación entre progreso económico y político es que el uno sea prerequisite del otro o viceversa.

El diálogo sistemático puede sustituir la violencia y la conexión por intervalos puede ser la clave de las relaciones “sistemáticas” entre economía y política. (Betancourt, 1999).

1985 al 2002, los años más violentos



Fuente: El tiempo <http://www.eltiempo.com/Multimedia/infografia/cifrasdeviolencia/>

6.4. Análisis demográfico

Colombia pasó de ser un país rural a uno predominantemente urbano. En el censo de 1938, la población urbana era menos de la mitad de la población del país; en 1993 sólo el 30% vivía en la zona rural. Fue en la década de 1960 cuando el país realizó su transición de mayoría rural a mayoría urbana.

La demografía ha sido determinada por la geografía, siendo la región andina la que ofrece mejores condiciones climáticas para el desarrollo poblacional.

Los cambios de la población en función de la fecundidad, la mortalidad y sus efectos en las tasas de crecimiento y el índice de envejecimiento, indican que Colombia se encuentra en plena transición demográfica⁵⁰, con algunos rezagos en los entes territoriales: ha aumentado la esperanza de vida (70,3 años para los hombres⁵¹ y 77,1 para las mujeres en 2005) y han disminuido la tasas de mortalidad y fecundidad (nacimientos en mujeres entre 15 y 49 años)

La relación de dependencia demográfica, esto es, el número de menores de 15 años y mayores de 60 respecto de la población en edad “productiva” (16-59) bajó diez puntos en 20 años al pasar de 70 en 1985 a 60 en 2005.

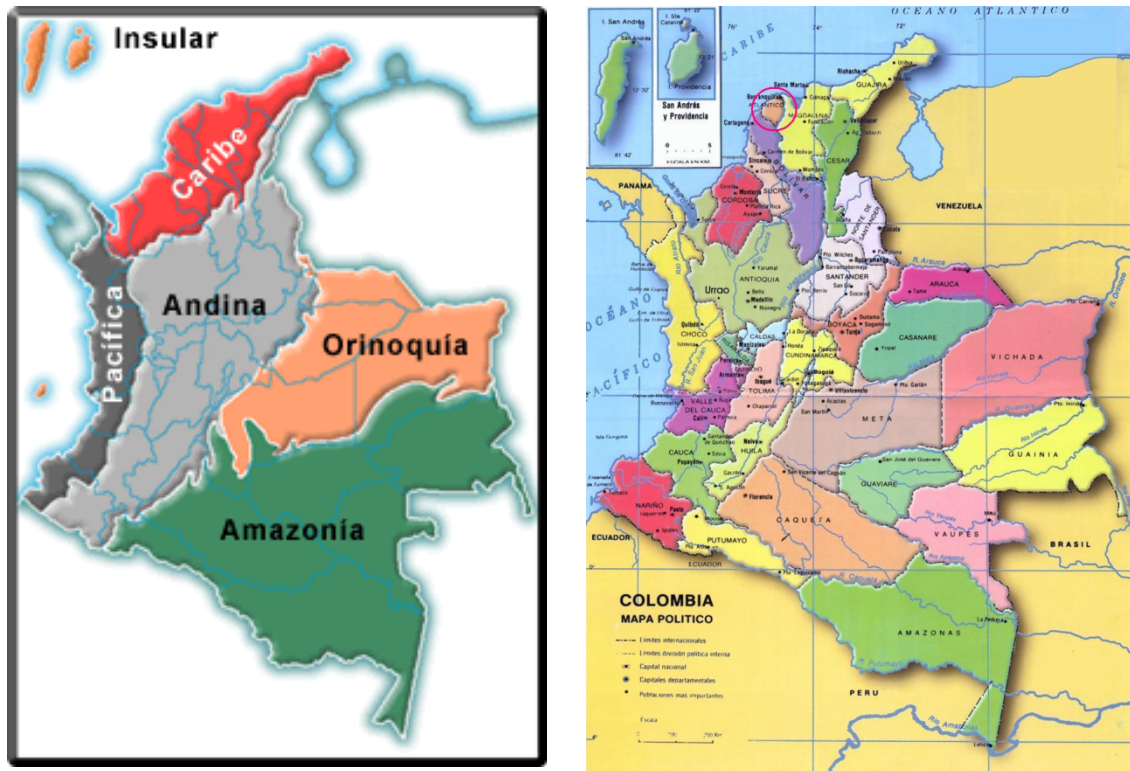
Sería el momento propicio para nutrir los esquemas de seguridad social con miras al proceso de envejecimiento de la población. No obstante, los indicadores sociales no lucen alineados con este propósito: los niños nacen en las poblaciones más pobres y sus condiciones de vida no son las mejores para forjar un futuro para el país.

La población del país, alrededor de 48 millones de personas, es mayoritariamente mestiza; cerca de 5 millones se reconocen como afrodescendientes, ubicados principalmente a lo largo de la costa pacífica y caribe y 1,5 millones indígenas de

⁵⁰ Incrementos en el ingreso ya no van acompañados de aumentos en la población, lo que permite que el progreso técnico conduzca a un crecimiento del ingreso per cápita. La aceleración del progreso técnico, y su interacción con la acumulación de capital humano trae consigo la transición demográfica, al llevar a las familias a reducir el número de niños e invertir más en su educación (trade off cantidad-calidad). La demanda por personal calificado, que aumenta los retornos al capital humano, junto con menores niveles de mortalidad, llevan a una reducción en la demanda de niños, lo cual se traduce en menores tasas de crecimiento de la población. Transición demográfica en Colombia: Teoría y evidencia. Daniel Mejía, María Teresa Ramírez, Jorge Tamayo. Congreso 50 años del CEDE Universidad de los Andes, Bogotá, octubre 2, 2008

⁵¹ La gran diferencia está asociada a la violencia, que se ve reflejada mayoritariamente sobre la población masculina.

diferentes etnias ubicadas a lo largo y ancho del territorio nacional, principalmente en la periferia.



La migración interna se da básicamente de la zona rural a la urbana, siendo marcada fuertemente por el desplazamiento ocasionado por el conflicto armado. La capital es la gran receptora, habida cuenta de que es mejor ser pobre en Bogotá que en cualquier otra ciudad del país (Acceso a salud, educación, servicios, trabajo).

Considerando las ciudades del país con población mayor de 300 mil habitantes, el Distrito Capital ubica 10 de sus localidades por encima de ese umbral: las localidades de Suba y Kennedy sobrepasan el millón de habitantes. En 2013 estas localidades fueron superadas en población tan solo por Medellín, Barranquilla y Cali y están por encima de Cartagena; siguen en orden Engativá y Ciudad Bolívar que superan a Cúcuta. Bosa, con más habitantes que Soledad, Ibagué y Bucaramanga, completa las cinco localidades con más de medio millón de residentes. Usaquén tiene más habitantes que capitales departamentales como Pereira, Santa Marta, Villavicencio, Pasto, Montería y Valledupar; San Cristóbal supera a Manizales; y Usme a Buenaventura; Fontibón con 362.167 habitantes supera a Neiva y completa con esta ciudad las 29 áreas del país con

más de 300 mil habitantes. La población de Bogotá casi equivale a la de Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena y Cúcuta juntas.

Los centros de explotaciones mineras-petrolíferas son también receptores netos de población, dado que representan una oportunidad de mayores ingresos para poblaciones con bajos niveles de cualificación.

Participación poblacional de municipios y densidad según región 2005

Región	N° municipios		Población						densidad h/km2		
		%	total (1)	%	urbana (2)	% (2/1)	rural (3)	% (3/1)	total	urbana	rural
Amazonía	62	6%	1.034.757	2%	471.747	46%	563.010	54%	2,3	5.809,4	1,3
Andina	774	69%	30.057.952	70%	23.133.366	77%	6.924.586	23%	109,8	10.221,4	25,5
Caribe e insular	191	17%	9.375.632	22%	6.718.904	72%	2.656.728	28%	72,9	7.770,3	20,8
Orinoquia	49	4%	1.277.800	3%	910.573	71%	367.227	29%	5,9	4.423,5	1,7
Pacífica	42	4%	1.142.451	3%	654.721	57%	487.730	43%	14,6	8.240,7	6,2
Total	1.118		42.888.592		31.889.311	74%	10.999.281	26%	37,6	9.125,8	9,7

Fuente: DANE, Atlas estadístico de Colombia – Tomo 1 demográfico

El mayor ritmo de crecimiento de la urbanización se dio entre 1951 y 1973, al pasar de 39% a 61%. 71% en 1993 y 76% en 2005.

6.4.1. Análisis sociales y económicos

6.4.1.1. Concentración de la propiedad rural en Colombia

Se presentan los resultados del estudio adelantado por el Instituto Geográfico Agustín Codazzi (IGAC) la Universidad de los Andes, la Universidad de Antioquia y la Gobernación de Antioquia en el año 2012.

Advierten que los resultados de los avances teóricos y empíricos realizados para medir la concentración de la tenencia de la propiedad rural en Colombia, no son estrictamente comparables por la diversidad de fuentes y metodologías empleadas por los investigadores y analistas. No obstante, se ilustra el comportamiento histórico de la

tenencia de la tierra en distintas épocas de la vida económica nacional y política del país.

Hacia finales de la década de los años ochenta se evidencia un fortalecimiento de la mediana propiedad rural, situación que se revierte a partir de los años noventa, donde los estudios reseñados muestran una clara tendencia a la disminución de la participación de la pequeña y mediana propiedad y un incremento importante de la gran propiedad que se mantiene hasta ahora.

Según estos hallazgos, el país ha mantenido históricamente una constante de desigualdad estructural en la propiedad rural, hecho que sin duda sustenta la deuda que la sociedad y el país urbanos tienen con las sociedades rurales, alimentada por las barreras que obstaculizan el acceso de la propiedad rural a los bienes económicos e institucionales.

De los 2,4 millones de propietarios de predios privados que hay en el campo colombiano, apenas 91.200, 3,8% tienen más de 200 hectáreas. Sin embargo, sus terrenos abarcan el 41% de toda la superficie registrada. En contraste, los 943.200 dueños de menos de 3 hectáreas (39 % de los propietarios) reúnen solamente el 3,7% de toda la base catastral.

Según la investigación, el país rural, históricamente latifundista, no sólo mantiene esa tendencia, sino que la está agudizando. En el medio siglo transcurrido entre 1960 y el 2009, los minifundistas pasaron de constituir el 66,7% de todos los propietarios a ser menos de la mitad (49,8%). Mientras tanto, los dueños de más de 500 hectáreas se elevaron del 0,4 al 1,4% por ciento del total. Lo que se mantiene es el área en poder de unos y de otros: entre 28 y 29% por ciento del territorio para unos pocos latifundistas, y 6% para los pequeños tenedores de tierras.

Durante la década del 2001 al 2010, que prometía ser la del 'país de propietarios', el índice de desigualdad Gini en la propiedad de la tierra pasó del 0,80 al 0,86 (el nivel máximo de desigualdad es 1).

Hoy, el 41% por ciento de los terrenos rurales en manos privadas son grandes (abarcan más de 200 hectáreas) y el 40%, medianos (entre 20 y 200 hectáreas). Apenas el 18 %, que equivale a 7 millones de hectáreas), corresponde a propiedades pequeñas (minifundio y microfundio).

Las regiones Pacífica, Sur y Andina Central presentan las más altas concentraciones de la tierra. En cuanto a los departamentos, los más vergonzosos son Antioquia y Valle. En el primero, el problema es particularmente agudo en la zona del Urabá con un importante desarrollo agroindustrial (banano y plátano). En el Valle sobresalen los municipios situados en el valle fértil del río Cauca.

Existe correlación entre la concentración de la tierra y factores como la cercanía a una fuente hídrica y la fertilidad del terreno. Es el caso de las zonas vecinas a los ríos Sinú y San Jorge.

Aunque menores que en otras regiones, se registran inquietantes niveles de concentración de la propiedad en las llanuras del Orinoco (Meta, Casanare y Arauca).

En Boyacá hay una reducción importante, aunque con niveles todavía altos para un departamento con tradición de minifundio, mientras Tolima y Cundinamarca mantienen una discreta tendencia al aumento de la desigualdad.

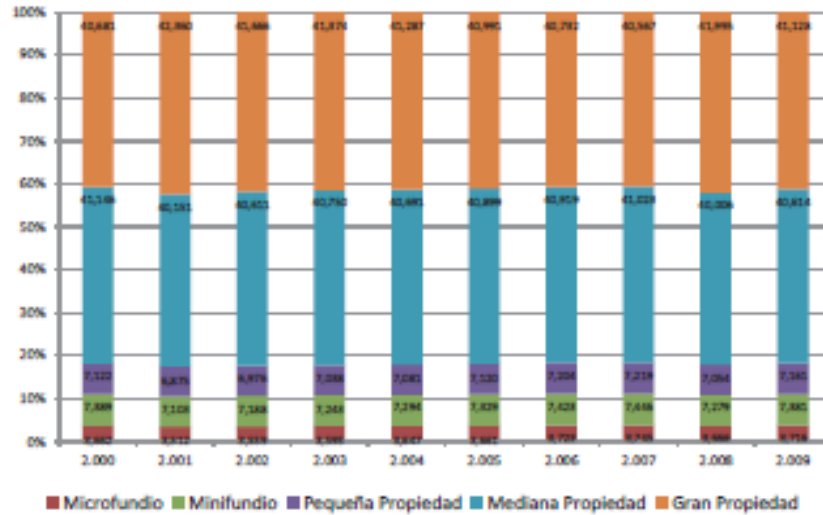
En cuanto a la Región Caribe, Córdoba, Sucre y Bolívar son los departamentos que presentan la más alta concentración.

Tipos de propiedad:

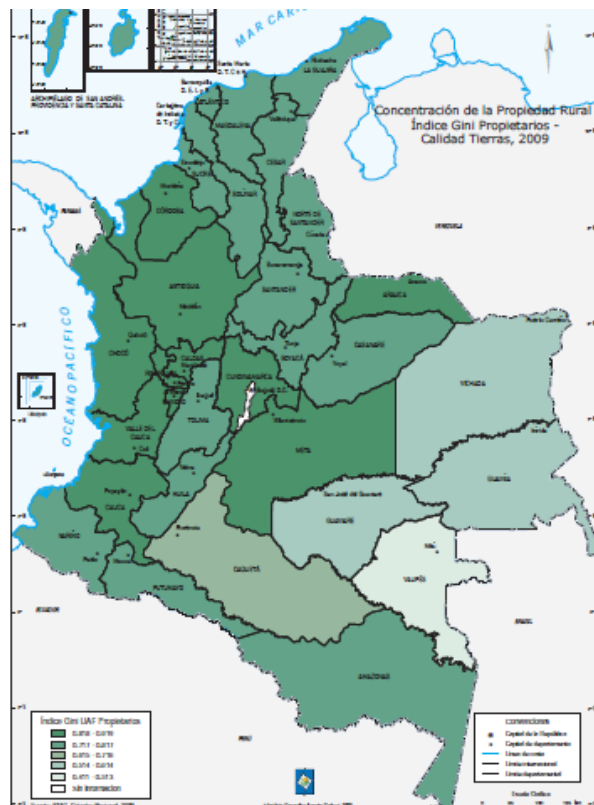
- **Grande:** predios con una extensión mayor a 200 hectáreas.
- **Mediana:** predios de entre 20 y 200 hectáreas.
- **Pequeña:** predios de entre 10 y 20 hectáreas.
- **Minifundio:** predios de entre 3 y 10 hectáreas
- **Microfundio:** predios con menos de 3 hectáreas.

Evolución de la distribución de la propiedad rural según categorías de tamaño en %.

Catastro IGAC 2000-2009



Sin un censo nacional agropecuario durante 43 años, con políticas agrarias indefinidas, infraestructura pobre y costos de transporte que terminan quedándose con gran parte de la productividad que da la tierra, al campo colombiano no se le auguran buenos frutos.



6.4.1.2. Sistema productivo colombiano

La industrialización en Colombia “despegó” después de la crisis del 29, y se fue configurando conforme al comportamiento de la demanda interna y las oscilaciones del sector externo, que fueron definiendo las estructuras de largo plazo que han caracterizado la industria nacional.

Como en la mayoría de países de Latinoamérica, la economía fue jalonada inicialmente por el sector primario o extractivo. A mediados del siglo XX se consolidaron los sectores de alimentos, bebidas y textiles y avanzando hacia la siguiente centuria dieron paso a productos más intensivos en tecnología como el petro-químico. De la misma manera, el empleo estuvo asociado con estas dinámicas. En el nuevo siglo pareciera como volver a empezar: de nuevo el sector minero se proyecta como líder, así como la construcción, sector que la experiencia ha enseñado muy riesgoso por los problemas de “burbuja”⁵² que se generan.

Desde la perspectiva regional las estructuras de producción son relativamente rígidas, las reasignaciones que se han dado son más de localización intrarregionales, y en algunos casos obedeciendo a estímulos para promover la desconcentración de centros urbanos en favor de áreas metropolitanas o de influencia.

Hay una clara concentración de la actividad industrial en Bogotá D.C., Antioquia, Valle del Cauca, Atlántico y Santander. Actividades industriales muy específicas están ligadas a la ubicación geográfica: refinación de petróleo en Santander y minerales metálicos en Córdoba.

El sector industrial tiene una participación del 15% del PIB. La producción industrial se concentra en cuatro grandes grupos: 32% alimentos bebidas y tabaco; químicos, caucho y plástico 18% minerales no metálicos y productos de metal 14% y productos derivados del petróleo 12%

Es de anotar que aún hay departamentos intensivos en mano de obra frente a su producción (entre ellos Bogotá y Antioquia) o tamaño por No. de establecimientos. El empleo se concentra en los sectores de alimentos, bebidas y tabacos 23%; textiles y vestuario 20% químicos, caucho y plástico 19%.

Colombia

Localización geográfica industrial 2010

Departamento	% del total No. de establecimientos	Producción bruta	Sector				Personal ocupado**
			Alimentos bebidas y tabaco	Textiles y vestuario	Refinados del petróleo	Minerales no metálicos y productos de metal	
Bogotá D.C.*	39%	21%	17%				32%

⁵² Precios de las construcciones por encima de su valor real, jalonados por la especulación inmobiliaria. Dado que gran parte de las obras se financian con recursos de la banca, el mercado no sostiene los precios inflados; cuando “estalla” la burbuja se generan problemas financieros.

Antioquia	21%	17,4%		43%		27%	23%
Valle	14%	14%	20%				14%
Santander	4%	11,4%			73%		
Cundinamarca	5%						9%

* Bogotá lidera la producción bruta en **químicos, caucho y plástico** 25,33% maquinaria y equipo (31,89% transporte 54%, madera, papel y ediciones 33%

** El 57% permanente 19% temporal contratado directamente, 24% temporal externalizado

Con relación al comercio exterior, en los inicios del siglo XX el país tenía vocación básicamente agrícola, en especial café; y algunos productos del sector primario. Poco a poco las exportaciones industriales fueron ganando terreno hasta llegar a representar cerca de la mitad a finales del siglo. Las importaciones estuvieron restringidas hasta bien entrado el medio siglo, tendencia que se revirtió luego hasta una apertura profunda ocurrida a comienzos de los años 90 que a la postre sería en parte causante de la peor crisis económica en la historia del país. La política del tipo de cambio ha estado siempre orientada al beneficio exportador; no obstante, fenómenos como el narcotráfico y la mencionada apertura, han incidido negativamente presionando siempre el peso a la revaluación.

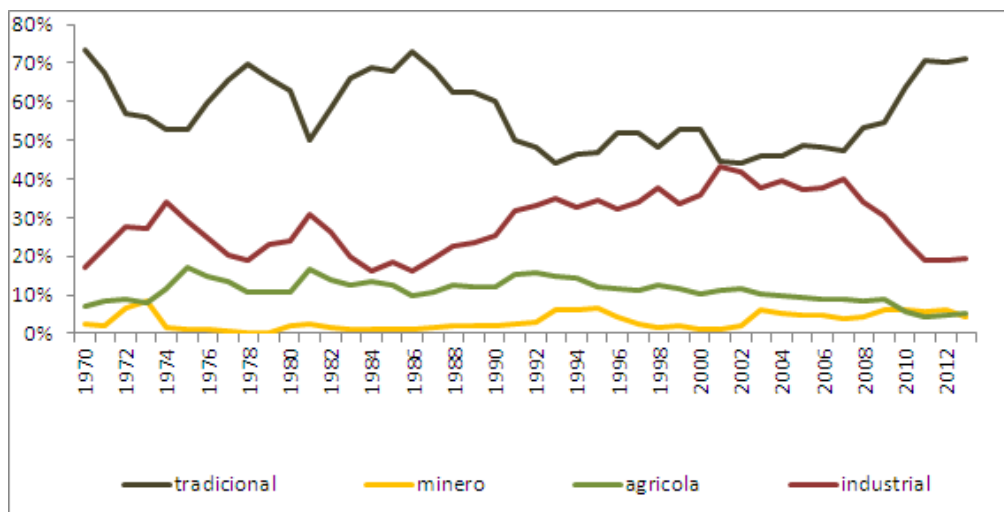
Las exportaciones agrícolas pasaron de representar 12% a finales del milenio al 6% en 2010. En el mismo lapso las exportaciones mineras han aumentado. La industria ha perdido participación en especial en el sector textil, prendas de vestir, calzado, y fabricación de productos químicos.

Por regiones, salvo casos puntuales de minería (guajira, Putumayo) y petróleo, el sector industrial las jalona encabezando los mismos departamentos productores. Dependemos en gran medida de Estados Unidos.

Las exportaciones tradicionales han aumentado considerablemente en la última década, lo que no permite que el país evolucione del sector primario extractivo.

Colombia

Participación por sectores en las exportaciones (millones de usd)



Fuente: DANE – DNP

*Tradicionales: café, petróleo, carbón, ferróniquel

Dpto.	Meta	Antioquia	Santander	Bogotá	Cesar	Guajira	Bolívar	Valle	C/marca
participación	19%	12%	9%	7,5%	7%	6,5%	6%	6%	5%
Sector básico	Minero	industrial	industrial	industrial	minero	minero	industrial	industrial	industrial

La mayoría de las exportaciones salen por las aduanas y puertos de la costa Caribe, seguidas de Buenaventura.

Las exportaciones en 2013 ascendieron a 59 mil millones de dólares, levemente mayores que las importaciones para este mismo año. En cuanto a la participación de las importaciones por uso o destino económico, en 1980 los bienes de consumo representaban el 12% del total; frente a 53% de bienes intermedios y materias primas. En 2013 los bienes de consumo aumentaron su participación en 10 puntos porcentuales e idéntica reducción se observó en los bienes intermedios y materias primas. Los bienes de capital se han mantenido relativamente constantes, 35%, en el mismo periodo.

Las importaciones provienen especialmente de Estados Unidos 26%, China 14% Brasil 10% y México 6%. La mayoría de importaciones llegan en su orden a Bogotá, Antioquia, Valle, Cundinamarca, Atlántico, Bolívar, Magdalena, La Guajira y Cesar (éstos últimos departamentos de la Costa Caribe) y Santander

Respecto al sector de la construcción, para el año 2010 las mayores áreas se aprobaron para Bogotá, Cali, Medellín, Soacha, Bucaramanga y Floridablanca. Más del 75% de las licencias se otorgaron para vivienda, seguidas por el comercio 13%,

servicios 9% y sólo el 2% para industria. Del total de las áreas aprobadas para vivienda, casi el 70% fue destinada a apartamentos. La construcción de vivienda de interés social se acerca al 50% del total de áreas licenciadas, siendo mayoritaria (casi 80% de total construido) en cada uno de los municipios de Soacha, Palmira y Buga (Valle), Soledad (atlántico).

Con relación al número de viviendas construidas, después del boom de inicios de los años 90, fomentado por la apertura y la especulación financiera que desencadenó, se generó la grave crisis económica que afectó el sector a finales de los años 90. Entre 1999 y 2010 casi se duplicó al pasar de 80 mil viviendas construidas en 1999 a cerca de 160 mil en 2010.

En cuanto a la financiación, Bogotá alcanzó el 47% de los créditos para adquisición de vivienda, seguida de Antioquia (13%) Valle 7%, Cundinamarca y Santander con 5% cada uno.

Colombia
Viviendas construidas y participación de la financiación
2010 miles de unidades

Departamento	Número de viviendas	Porcentaje de créditos
Bogotá, D.C.	49	47
Antioquia	13.3	13
Valle	10.3	7
Cundinamarca	7.6	5
Santander	5.0	5

Inflación: la inflación en Colombia fue de dos dígitos desde 1971 y hasta la crisis de finales de los 90. En 1990 alcanzó un récord histórico al llegar a 32.4% explicado por el desajuste de la demanda agregada, excesiva disponibilidad de crédito y la puesta en marcha de reformas aperturistas aceleradas sin la existencia de condiciones económicas, institucionales y logísticas para ello.

No obstante que la Constitución de 1991 otorgó independencia al Banco Central, la reducción de la inflación en el primer lustro de los noventas tuvo tropiezos, porque la política contraccionista ocasionó un aumento de las tasas de interés que favoreció la

entrada de capitales y el aumento de las reservas internacionales, complicando el manejo de las políticas monetaria y cambiaria; se entró en un círculo vicioso de restricción monetaria – aumento de los tipos de interés – entrada de capitales – esterilización de reservas, hasta 1994 cuando la economía evidenció síntomas de “recalentamiento” (tipos de interés cercanos al 40%) En este contexto se decidió adoptar un régimen de bandas cambiarias porque la entrada de capitales extranjeros dificultaba el control de los agregados monetarios.

Los “déficit gemelos”⁵³ la financiación con endeudamiento externo -en particular del sector privado-⁵⁴, el aumento en el precio de los activos, y la inversión extranjera, debilitaron la posición externa del país. Ante la disminución de los flujos de capitales hacia los mercados emergentes a raíz de las crisis cambiarias en los países asiáticos⁵⁵, la posterior “crisis rusa” y la tardía devaluación real del tipo de cambio, el ajuste de la economía recayó en el sector real. (Gráfico 3)

La inusitada elevación de la tasa de interés, como resultado de la defensa del tipo de cambio por parte de la autoridad monetaria ha sido vista como la principal causa de la recesión económica más crítica sufrida en el país. El ajuste del sector externo a través de la devaluación del tipo de cambio operó en forma tardía pues ya en 1999 el déficit en cuenta corriente había disminuido, en parte por la contracción de la demanda interna; sólo hasta septiembre de este año el Banco abandona las bandas cambiarias y libera el tipo de cambio

En palabras del Banco de la República “se encareció el costo de la deuda externa, disminuyó el ritmo de crecimiento de la cartera interna y se desinfló el precio de los activos. Como resultado, el sector financiero evidenció un rápido crecimiento de la cartera vencida que deterioró su posición y se presentó una reducción sin precedentes de la demanda agregada...”⁵⁶

⁵³ La situación fiscal comenzó a deteriorarse en 1995, de modo que para 1998 el déficit del Gobierno Central era cercano al 6%, uno de los más altos del siglo. Al mismo tiempo el déficit de cuenta corriente se había mantenido en niveles cercanos al 5% del PIB desde 1993 hasta alcanzar 6,1% en 1998.

⁵⁴ La deuda externa del sector privado aumentó de 5% a 18% del PIB entre 1991 y 1998.

⁵⁵ La desaceleración económica se originó en el choque externo ocasionado por la crisis financiera internacional desatada en los mercados asiáticos, que produjo el retiro masivo de los capitales de las economías emergentes. En Colombia esta salida representó la venta de reservas oficiales por más de US\$1.300 durante 1998 que representaban el 15% del total de divisas oficiales.

⁵⁶ Banco de la República. Informe al Congreso de la República, marzo de 2000.

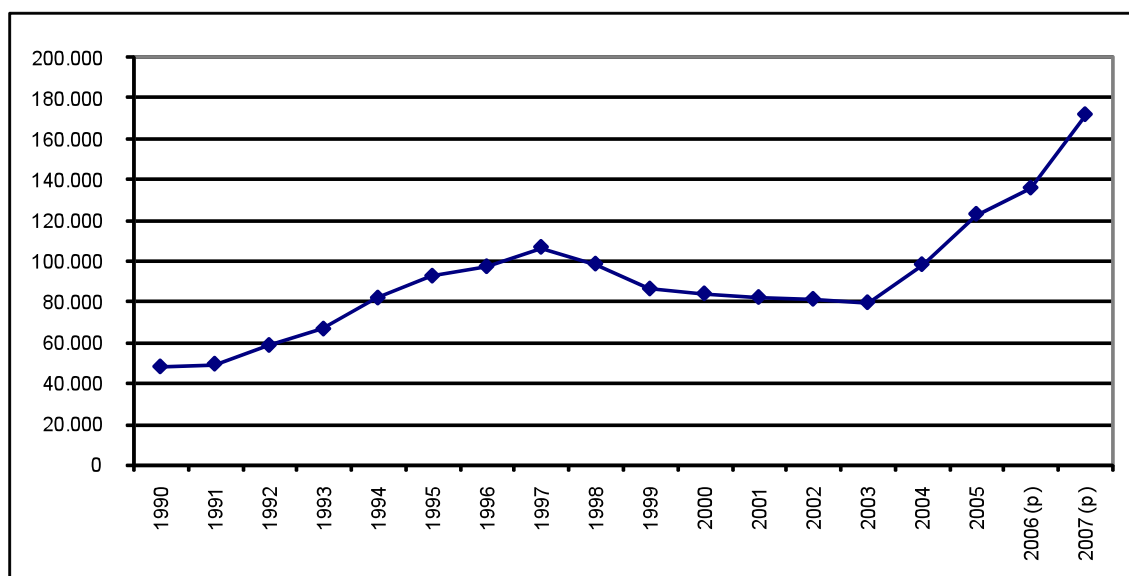
Los rescates llegarían de la mano del FMI a condición de la injerencia en las políticas, con consecuencias en ocasiones adversas.

Desde entonces la inflación se ha mantenido controlada, siendo la crisis causante principal de su moderación.

Los efectos de la crisis han sido calificados como “el retroceso de una década en el desarrollo del país” Sólo en la última década se ha recuperado el ritmo de crecimiento.

6.4.1.3. Producto Interior Bruto

Producto Interno Bruto 1990-2007
Precios corrientes (en millones de dólares)



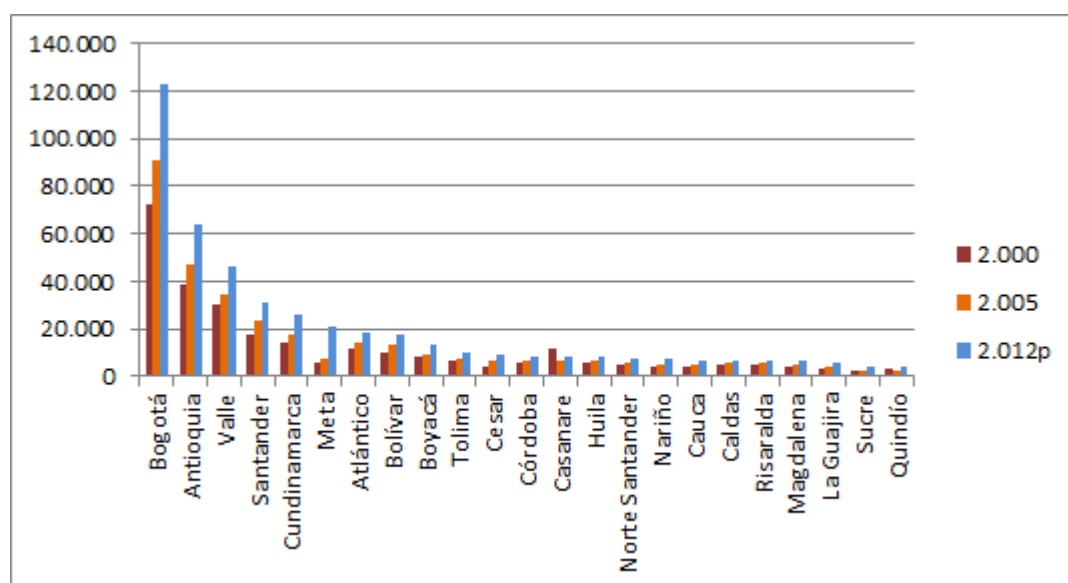
(p) Provisional.

Nota: Para las series de PIB en dólares se utiliza la serie de "tasa de cambio nominal promedio".

Fuente: DANE y Banco de la República

El PIB por departamentos indica que Bogotá representa cerca del 25% del total nacional. La región Andina se consolida como la más próspera. El aporte de otras regiones está basado casi exclusivamente en el sector extractivo.

PIB DEPARTAMENTAL



Fuente: DANE

PIB por regiones

Región	PIB	El nivel de las disparidades regionales tiene un impacto negativo en el crecimiento económico nacional. Una reducción de las disparidades regionales sería importante no sólo para garantizar un mayor bienestar de la población, sino también para permitir mayores niveles de crecimiento económico.
Andina	176.409	
Bogotá	122.886	
Pacífica	62.443	
Caribe	53.010	
Orinoquia	32.626	
Amazonía	5.331	
Total	452.705	

Colombia

1. Caracterización económica, social e institucional

Población total en 2012	47 735 000
PIB total en 2011 (en miles de dólares a precios corrientes)	333 184,87
PIB per cápita en 2011 (en dólares a precios corrientes)	7 099,60
Superficie (en km ²)	1 146 309
Proporción de las áreas terrestres y marinas protegidas (en porcentajes)	19,52
Cantidad y nombre de unidades administrativas subnacionales	33 departamentos y 1 094 municipios
Concentración territorial de la población (en porcentajes de las tres unidades administrativas subnacionales donde se concentran la mayor y la menor proporción de la población nacional)	1. Bogotá (16,2) 2. Antioquia (13,3) 3. Valle del Cauca (9,6) 31. Vichada (0,14) 32. Vaupés (0,09) 33. Guania (0,08)
Concentración territorial de la producción (en porcentajes de las tres unidades administrativas subnacionales donde se concentran la mayor y la menor proporción del PIB nacional)	1. Bogotá (26,3%) 2. Antioquia (13,7) 3. Valle del Cauca (10) 31. Amazonas (0,06) 32. Guania (0,03) 33. Vaupés (0,02)
Pobreza en 2010 (en porcentajes)	44,3
Tasa de analfabetismo en 2010 (en porcentajes de mayores de 15 años)	6,60
Acceso al agua potable en 2010 (en porcentajes de hogares)	89,40
Acceso a servicios sanitarios en 2010 (en porcentajes de hogares)	84,80

2. Política regional	
Base legal/institucional de la política regional	<p>En la Constitución se establece que Colombia es un país unitario, descentralizado y con autonomía en sus entidades territoriales. Se postula la búsqueda de un desarrollo armónico y competitivo de las regiones y se reconoce la existencia de territorios con características particulares: campesinos e indígenas (artículos 1, 7, 64, 65, 80 y 334)</p> <p>La planeación está organizada en un sistema ordenado y regido por la Ley Orgánica de Planeación 152 de 1994. Mediante la ley 1.454 de 2011 y el Decreto 3.680 se ordena y regula el ordenamiento territorial del país. Con el decreto 2.828 y el CONPES (Consejos de Política Económica y Social) 3.439 de 2006 se sentaron las bases para ordenar el Sistema Nacional de Competitividad,</p> <p>El Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 "Prosperidad para todos" se define "con enfoque regional. Para esto se parte del reconocimiento de las diferencias regionales como marco de referencia para formular políticas públicas y programas acordes con las características y capacidades de cada región. Se proponen lineamientos para la definición de políticas y estrategias regionales diferenciadas, de acuerdo con los ejes del Plan Nacional de Desarrollo. Como metas del proceso, se formulan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un documento con el diseño de un programa de creación y fortalecimiento de ejes y áreas de desarrollo territorial; y - Tres documentos en los que se consignen las acciones adelantadas para la estructuración de áreas de desarrollo en tres casos piloto: La Mojana, La Altillanura y El Pacífico.
Coordinador de la política a nivel central	El Departamento Nacional de Planeación coordina la política pública del gobierno nacional y utiliza como una de sus principales herramientas los documentos CONPES, mediante los cuales se asumen compromisos presupuestarios e institucionales específicos para programas también específicos.
Principales herramientas de la política de desarrollo regional	Se trata de una política de desarrollo con enfoque regional. Además del énfasis particular en tres regiones identificadas, se cuenta con instrumentos fiscales permanentes, como las transferencias presupuestales a los municipios, que favorecen a los más pobres.
Lineamientos y objetivos de la política regional	De acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 (cap.3): el enfoque regional busca reducir los desequilibrios sociales, mejorando la calidad de vida de la población, y movilizar las capacidades de desarrollo endógeno, aprovechando los efectos de vecindad y sus externalidades positivas para alcanzar un mayor nivel de crecimiento y competitividad regional. Para ello, se requiere definir incentivos en materia de localización de actividades productivas y de asignación de inversiones y recursos, y aprovechar de manera sostenible los recursos naturales. Asimismo, el enfoque regional facilita la articulación de este y de futuros planes nacionales de desarrollo con los planes y procesos de planificación y gestión territorial, lo cual a su vez contribuye al fortalecimiento de las relaciones nación-territorio y al logro conjunto de los objetivos de crecimiento económico, ampliación de oportunidades sociales y buen gobierno.
Coordinación de la política a nivel regional	Cada política sectorial se concierta con los departamentos a través de consejos participativos en temas como competitividad, comercio exterior, ciencia y tecnología.
Marco institucional de las políticas urbanas	<p>De acuerdo con la Constitución y la ley, cada municipio diseña y aplica un Plan de Ordenamiento Territorial que se debe actualizar cada nueve años. Este plan, que regula los usos del suelo y los recursos naturales de zonas urbanas y rurales, se complementa con el Plan de Desarrollo Municipal que cada alcalde tiene la obligación de formular al inicio de su cuatrienio de gobierno.</p> <p>El gobierno nacional coparticipa a través de incentivos fiscales, inversiones conjuntas o programas especiales en materia de vivienda, servicios públicos domiciliarios y transporte urbano, entre otros.</p>
Marco institucional de la política rural	Los Planes de Ordenamiento Territorial y de Desarrollo Municipal se complementan con coparticipaciones del gobierno nacional en temas de medio ambiente, riego y producción agropecuaria. En el actual Plan Nacional de Desarrollo el énfasis institucional se ha centrado en la ley núm. 1.448 de 2011 de Víctimas y Restitución de Tierras y en el Documento CONPES 3.712 de diciembre de 2011..

Cuadrado, J.R. y Aroca, P. (2013): Regional Problems and Policies in Latin America. Springer Verlag, Berlin, Heidelberg, New York

En cuanto a la **tasa de desempleo**, ésta ha llegado a ser de un dígito, pero la mitad del empleo es informal. Este es un problema estructural que ha abordado marginalmente a través de sucesivas reformas laborales e incentivos para los empleadores que, a pesar de haberse demostrado ineficaces, se sostienen. Habida cuenta de la transición demográfica, opciones flexibles de seguridad social para los informales sería una manera menos ortodoxa de mejorar el empleo y financiar aunque sea parcialmente estos esquemas.

1. INDICADORES DE MERCADO LABORAL POR REGIONES SEGUNDO SEMESTRE DE 2013

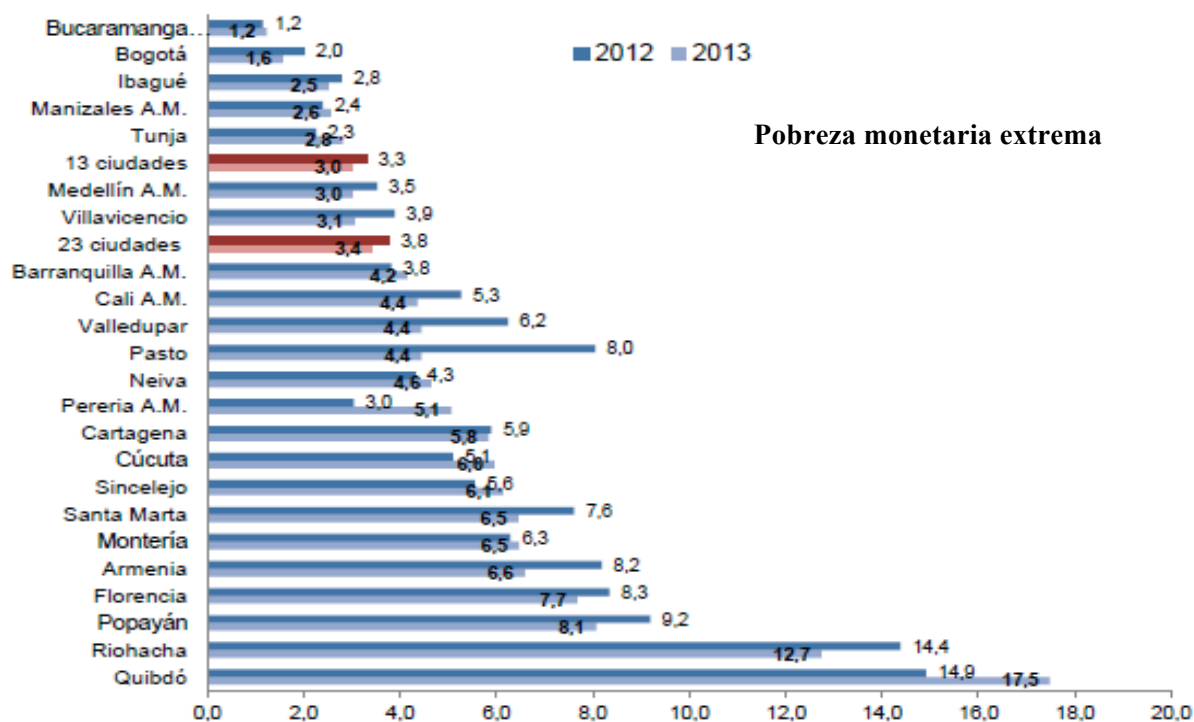
DOMINIO	TGP	TO	TS (subj)	TS (obj)	TD	Variación TD
Pacífica	64,3	56,9	36,3	13,9	11,5	-
Central	63,0	57,3	30,8	10,3	9,1	-
Total nacional	64,6	58,9	30,8	11,0	8,8	-
Bogotá D.C.	72,1	66,0	33,1	12,9	8,4	-
Oriental	65,4	60,0	29,6	10,3	8,2	=
Atlántica	59,9	55,7	24,7	8,2	7,1	-

Fuente: DANE. Gran Encuesta Integrada de Hogares.

Fuente: DANE Gran Encuesta Integrada de Hogares

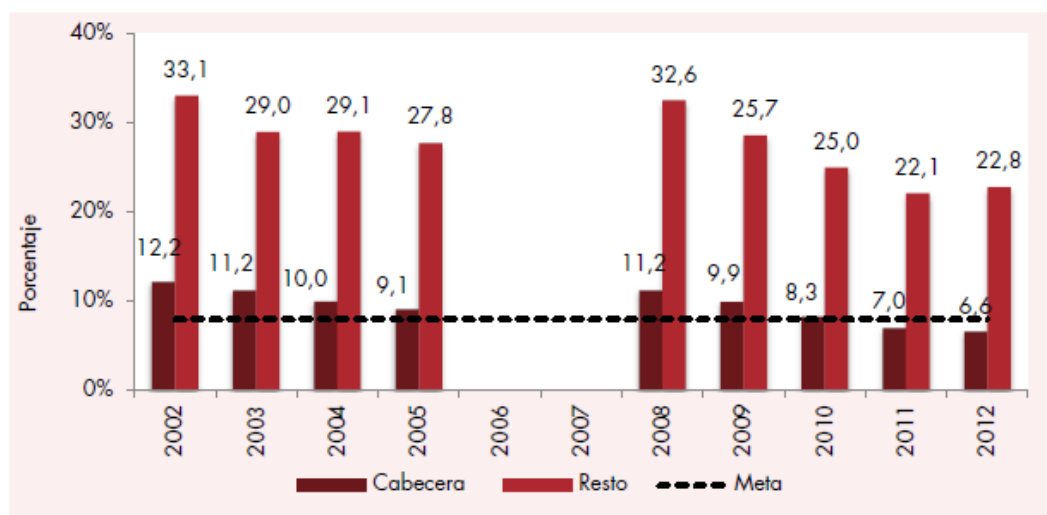
6.4.1.4. Pobreza

Las gráficas lo dicen todo: hay medio país que no existe. El caso es especialmente dramático en el área rural

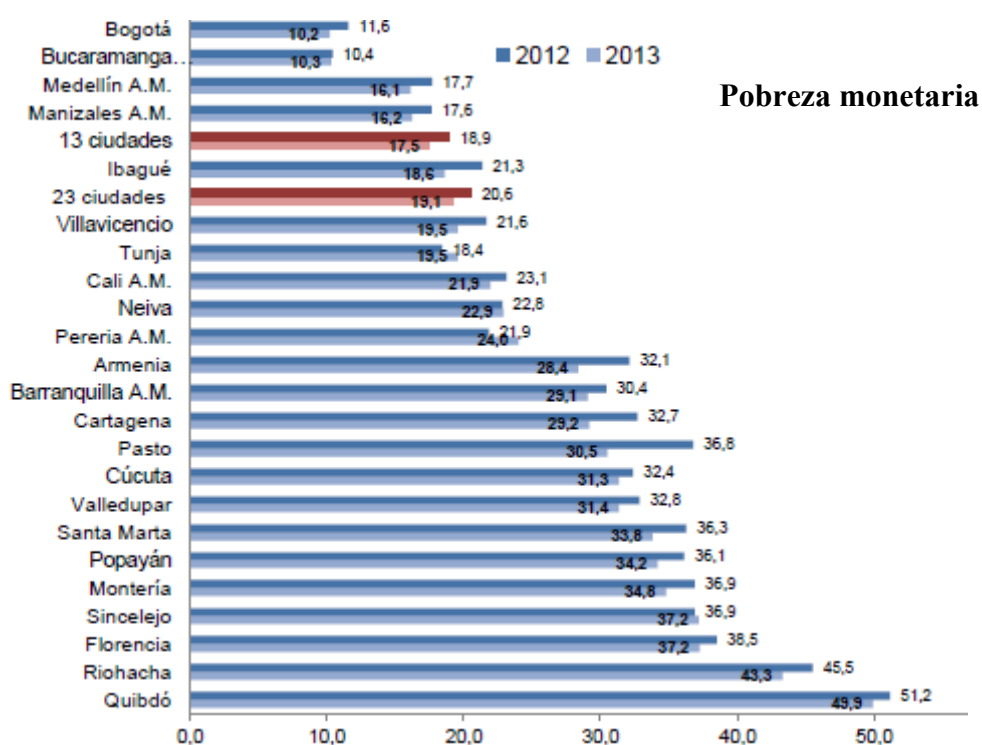


Fuente: DANE – Boletín de prensa pobreza 2013.

Incidencia de la pobreza extrema monetaria urbana y rural 2002-2012



Fuente: DANE – Boletín de prensa pobreza 2013.



Fuente: DANE – Boletín de prensa pobreza 2013.

El indicador de pobra multidimensional establece si una persona es pobre con base en cinco dimensiones: condiciones educativas, condiciones de la niñez y la juventud, características de trabajo, características del sector salud, servicios públicos y condiciones de la vivienda.

Pobreza por IPM - Dominios

Dominio	2010	2011	2012	2013
Nacional	30,4	29,4	27,0	24,8
Cabecera	23,5	22,2	20,6	18,5
Resto	53,1	53,1	48,3	45,9

Regiones	2010	2011	2012	2013
Atlántica	45,5	41,8	41,1	37,4
Oriental	28,6	29,2	28,5	24,8
Central	31,2	30,7	26,7	26,1
Pacífica (sin incluir Valle)	42,7	41,4	36,3	37,6
Bogotá	12,1	11,9	11,1	8,7
Valle del Cauca	24,1	24,7	20,5	16,2
Antioquia	27,8	25,7	21,7	22,4

Fuente: DANE Encuesta Calidad de Vida 2013.

El coeficiente de Gini, que mide la concentración del ingreso, evidencia que las políticas han sido efectivas en este propósito de concentrar el ingreso (más cerca de 1).

Principales Dominio y 13 ciudades

Dominio	2011	2012	Variación
Bucaramanga A.M.	0,449	0,432	-0,017
Cúcuta	0,471	0,446	-0,025
Ibagué	0,449	0,451	0,002
Manizales A.M.	0,471	0,455	-0,016
Pereira A.M.	0,451	0,456	0,005
Barranquilla A.M.	0,472	0,464	-0,008
Resto	0,459	0,465	0,006
Villavicencio	0,467	0,469	0,002
Cartagena	0,488	0,482	-0,006
Bogotá	0,522	0,497	-0,025
13 A.M.	0,517	0,499	-0,018
Medellín A.M.	0,507	0,5	-0,007
Otras cabeceras	0,492	0,5	0,008
Montería	0,53	0,501	-0,029
Pasto	0,522	0,502	-0,02
Cabeceras	0,526	0,514	-0,012
Cali A.M.	0,504	0,515	0,011
Nacional	0,548	0,539	-0,009

Fuente: DANE Gran Encuesta Integrada de Hogares

6.4.1.5. Educación

A pesar de haber alcanzado la meta de universalización la educación básica a nivel nacional, en el ámbito territorial hay departamentos que se encuentran aún rezagados: Guaviare, San Andrés, Vaupés, Arauca, Guainía, La Guajira, Putumayo, Nariño.

Los años promedios de educación no llegan a 10, siendo ligeramente mayores para las mujeres, lo cual no se traduce en mejores oportunidades.

6.4.2. Conclusiones

La región con los peores indicadores es, sin duda, la pacífica. No obstante, no es de las más pobladas. Debe acotarse que la pobreza se concentra en el área rural y no en la urbana, por lo que ciudades como Cali, que son polos de desarrollo en la región, no logran irradiar bienestar hacia la periferia, puesto que la concentración del ingreso es alta. Nótese que el PIB no es indicativo de prosperidad y que el índice de concentración de la propiedad rural tiene gran influencia sobre los pobres resultados económicos y sociales. Igual situación se observa en todas las regiones: si se hace abstracción de las grandes ciudades, los indicadores son negativos; y en cada región existen departamentos con alta concentración del ingreso y de la propiedad rural, esta última a menudo relacionada con fenómenos de paramilitarismo y diferentes manifestaciones de la violencia.

Escalafón de las regiones según indicadores sociales y económicos seleccionados*

Región	Densidad h/Km2	Concentración propiedad rural	Concentración del ingreso	Pobreza	Desempleo	PIB	Presencia de grupos étnicos
Amazonía	1	3	N.D.	N.D.	N.D.	1	2
Andina	5	1	4(Montería, Medellín, Bogotá, V/cencio) 2(eje cafetero y santanderes)	3 (Sin Bogotá ni Antioquia)	4(sin Bogotá)	5	5
Caribe e Insular	4	2	3(B/quilla, C/gena)	2	2	3	4
Orinoquia	2	4	N.D.	4	3	2	3
Pacífica	3	2	5 (cali, pasto)	1 (Sin Valle)	5	4	1

Elaboración propia con base en DANE

* Se clasifican de 1 a 5 siendo 1 menos y 5 más; se resaltan los resultados no deseados

CAPÍTULO IV

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

7. Diseño de la investigación

Para lograr los supuestos de sistematicidad, comprobación y objetividad (Iguana & Humanes, 2004), hemos llevado en la investigación doctoral el siguiente proceso: desarrollo conceptual, diseño de la investigación, trabajo de campo y análisis de los datos obtenidos en la fase empírica:

1. **Desarrollo conceptual de la investigación.** Comienza con identificar un problema, con indagar y desarrollar teóricamente en torno a ese objeto. Para eso, consultamos estudios publicados en revistas de divulgación, monográficos, memorias de congresos, etc.

A partir de este proceso elaboramos las hipótesis. Esta fase nos conducirá a cambiar la idea inicial, en un primer momento difusa, para convertirla en problema de investigación. Problema de investigación que nos permitirá formular los objetivos, las preguntas de investigación y la justificación (Río y Velázquez, 2005, p. 45-49):

- a. **Objetivos.** Marcan el rumbo de lo que deseamos lograr. Deben ser “claros, asumibles y alcanzables”. Estos objetivos pueden presentar enfoques procesales diferentes: positiva, interpretativa, prospectiva, descriptiva, crítica, etc. Por ejemplo, si queremos exponer las características o las peculiaridades del objeto de estudio, tendremos una posición descriptiva. Si la idea es determinar los alcances de un objeto de estudio, tendríamos una tendencia prospectiva. Sea cual fuere el enfoque procesal de éstos, deberemos tener en cuenta dos tipos de objetivos para poder planificar la investigación: general y específicos. El primero es el objetivo de “más amplio alcance”; mientras que los segundos son los fines propios a alcanzar.
- b. **Preguntas.** El planteamiento de las cuestiones ayuda a “alcanzar los objetivos”. En ningún momento se pueden confundir con las hipótesis,

ya que éstas se exponen cuando el proceso de “reflexión teórica y metodológica” está más avanzado.

c. Justificación. Determinamos los criterios para realizar la investigación: conveniencia, proyección social, implicaciones prácticas, aporte teórico y aporte metodológico.

i. Conveniencia. Una investigación responde a la conveniencia de elaborarla en tanto está vinculada a diferentes aspectos. Por ejemplo, “puede ser conveniente realizar una revisión teórica o metodológica de algún o algunos conceptos dentro del campo de estudio de la comunicación”.

ii. Proyección social. Cuando la investigación responde a las necesidades y demandas de la sociedad, de un grupos social, de instituciones, etc.

iii. Implicaciones prácticas. Cuando soluciona problemas planteados e identificados por instituciones, agentes o la sociedad.

iv. Aporte teórico. Establece un aporte teórico cuando contribuye al avance de teorías, tendencias, o aporta alguna nueva.

v. Aporte metodológico. En la medida en que la “planificación y diseño metodológico” y los ámbitos teóricos, permiten enfrentarse al objeto de manera diferentes, desde los “instrumentos metodológicos”.

2. Diseño de la investigación. En esta etapa determinamos y elegimos la metodología a seguir y el diseño de las herramientas de recogida de información y su modo de análisis.

3. Fase empírica. La resumimos en el trabajo de campo: ejecución de las técnicas de investigación seleccionadas sobre las unidades de análisis de la muestra.

4. Análisis e interpretación de los datos. En esta etapa debemos resolver las preguntas formuladas. Hay que comprobar la validez, interna y externa. “La validez interna se consigue cuando el investigador controla las posibles circunstancias que puedan influir en los resultados finales, de modo que queden descartadas explicaciones alternativas al fenómeno estudiado. La validez externa tiene que ver con la generación de los resultados de la investigación a otras situaciones” (Iguana & Humanes, 2004:27).

5. **Difusión.** Consiste en presentar los resultados que darán lugar a la posible replicación del estudio por parte de otros investigadores.

Etapas de la Investigación



Elaboración propia a partir de Iguana & Humanes, 2004

La presente investigación doctoral tiene una **finalidad aplicada**, porque “busca la aplicación o utilización de conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar las prácticas basadas en investigación” (Vargas Cordero, 2009: 9); tiene una **dimensión explicativa**, puesto que busca identificar y conocer las causas del objeto; combina un **carácter cualitativo y cuantitativo**, pues analizará variables de ambos tipos.

Investigar supone generar una serie de conocimientos a partir de unos métodos estandarizados que permitan la réplica. Eso es así gracias a que estos métodos se fundamentan en unas reglas sistemáticas, explicitadas, formalizadas y compartidas por la comunidad científica (Iguana & Humanes, 2004: 27). En el apartado 1.4.1.2 justificaremos el diseño de las herramientas de recolección de información.

Investigación		
Implicación	Dimensión	Carácter
Aplicada	Explicativa	Cualitativo y Cuantitativo

Pretende establecer las bases metodológicas para la dirección de radios universitarias	Conocer el fenómeno de la gestión y de la dirección de medios de comunicación, así como sus causas	Contenidos y porcentajes temáticos de parrillas, configuración y porcentaje de participación de elementos de producción, etc.
--	--	---

7.1. Objeto de estudio y Universo

El objeto de estudio de la tesis doctoral es **la radio universitaria en Colombia**. Esta realidad implica el estudio integral de este tipo de medios de comunicación adscritos a instituciones de educación superior: concepción del medio, sistema de producción, configuración organizativa, estructura de programación, contenidos, objetivos y audiencias.

Este caso de estudio no cuenta con investigaciones previas a la presente, lo que hace necesario contemplar la totalidad de las radios universitarias en Colombia. De esta manera, el universo del estudio está compuesto por 56 medios de comunicación radiofónicos. Tal decisión, si bien metodológicamente es factible, dificulta el proceso de recoger información en términos económicos y materiales. Más en un país que tiene una coyuntura social y política compleja. Pero como ya venimos planteando en la introducción, uno de los grandes valores de esta investigación explicativa y aplicada, es que ofrecerá un mapa profundo y actual sobre la radio universitaria en Colombia.

Otro motivo que lleva a analizar la totalidad de las radios universitarias es que, fruto de un análisis preliminar del investigador y de la experiencia profesional en los medios de comunicación universitarios, no existen unos criterios únicos y claros a la hora de definir una radio universitaria: ¿son sus contenidos, es su estructura de producción, el público objetivo al que se dirige, el tipo de licencia de emisión que tiene o simplemente el hecho de pertenecer a una institución de educación superior? Y a la hora de tipificar la actividad directiva que implica este medio de comunicación: ¿qué criterios aplican en la elaboración de parrillas de programación, qué táctica definen para alcanzar los objetivos, cómo coordinan la actividad productiva de la emisora, etc.?

Por tanto, el universo de análisis está compuesto por 56 radios universitarias pertenecientes a 45 universidades, repartidas en 21 ciudades. Dicho universo se encuentra dividido en 6 regiones colombianas: Andina, Caribe, Pacífico, Amazonía, Orinoquía e Insular.

Región	Andina	Caribe	Amazonía	Pacífico	Orinoquía	Insular
Nº de radios universitarias	46	8	1	1	0	0



Ilustración 1: Fuente RRULAC

A continuación mostramos una tabla que contiene la totalidad de radios universitarias colombianas, la institución educativa a la que pertenece, el carácter público o privado de la universidad, el tipo de licencia y la tecnología de emisión.

		Andes				Interés Público	FM	100.9
Región	Departamento	Ciudad	Universidad	Radio	Clase	Licencia	Emisión	Frecuencia
		Carmen de Viboral				Interés Público	FM	103.9
Andina			Universidad Nacional	UN Bogotá	Pública	I. Público	FM /	98.5
		Puerto Barrio Bogotá				Interés Público	Internet FM	94.3
		Caucasia		UN Web				
						Interés Público	Internet FM	96.3
		Santa Fe de Antioquia	Universidad Jorge Tadeo Lozano	HJUT	Privada	Interés Público	FM / Internet	93.9
		Medellín		Altair		N/A	Internet	-
								-
		Medellín	Universidad Nacional de Colombia	Óyeme UITL UN Radio Medellín	Pública	N/A Interés Público	Internet FM	100.4
		Medellín Bogotá	Universidad Pontificia Bolivariana	Radio Bolivariana AM Estéreo	Privada Privada	Comercial Comercial	AM / Internet Internet	1110 91.9
		Medellín		Radio Bolivariana FM	Privada	Comercial	AM / Internet	92.4
		Medellín	Universidad Distrital Francisco José de Caldas	LA VOZ Estéreo	Privada	Interés Público	FM / Internet	90.4
	Cundinamarca							
	Boyacá	Tunja	Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia	UPTC Radio	Pública	Interés Público	FM / Internet	104.1
		Bogotá	Comisión Universitaria	Uniminuto Radio	Privada	Comercial	AM / Internet	1430
	Santander	Bucaramanga	Minuto de Dios	UIS Estéreo	Pública	Interés Público	FM / Internet	96.9
		Bogotá Bucaramanga	F.U. Konrad Lorenz	konradio.co UIS AM	Privada Pública	Interés Público	FM / Internet	670
		Bogotá Bucaramanga	Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga	Radio Metropolitana de Santander	Privada Privada	N/A Comercial	Internet AM / Internet	- 1450
		Bogotá	Universidad de la Sabana	Unisaba Radio	Privada	N/A	Internet	-
		Pamplona	Universidad Nacional Abierta y a Distancia	Radio UNAD Virtual José de Cúcuta	Pública Pública	Interés Público	FM / Internet	94.9 1160
		Cúcuta		UEPS Radio	Pública	Interés Público	FM / Internet	95.2
		Bogotá Ocaña	Universidad Santo Tomás	Escenario La UFM Stereo	Privada Pública	Interés Público	FM / Internet	95.2
		Manizales Río Negro	Universidad Autónoma de Manizales	Radio Cóndor Sinigual F.m. Stereo	Privada Privada	Comercial Comercial	AM / Internet Internet	1540 93.3
		Manizales	Universidad de Manizales	UM Radio	Privada	-	Internet	-
				Emisora				
	Risaralda	Medellín Pereira	Universidad Tecnológica de Pereira	Cultural Universitaria Universidad de Medellín	Privada	Interés Público	AM / Internet	88.2
	Quindío	Medellín	Universidad del	La U FM	Pública	Interés Público	FM /	101.9
		Medellín				Interés Público	AM	211 1410
		Turbo				Interés Público	FM	102.3

	Quindío	Armenia	Universidad del Quindío	La U FM Estéreo	Pública	Interés Público	FM / Internet	102.1
	Nariño	Pasto	Universidad de Nariño	Radio Universidad de Nariño	Pública	Interés Público	FM / Internet	101.1
	Huila	Neiva	Universidad Surcolombiana	Radio Universidad Surcolombiana	Pública	Interés Público	FM / Internet	89.7
	Valle del Cauca	Cali	Universidad del Valle	Univalle Estéreo	Pública	Comercial	FM / Internet	105.3
		Cali	Universidad Javeriana de Cali	Emisora Javeriana Estéreo	Privada	Comercial	FM / Internet	107.5
		Cali	I. Universitaria Antonio José Camacho	Radio UNIAJC	Pública	N/A	Internet	-
		Cali	Universidad Santiago de Cali	La Radio USC	Privada	N/A	Internet	-
	Cauca	Cauca	Universidad del Cauca	Unicauca Estéreo	Pública	Interés Público	FM / Internet	104.1
Caribe	Bolívar	Cartagena	Universidad de Cartagena	Emisora UDC	Pública	Interés Público	FM / Internet	99.5
		Cartagena	Universidad Jorge Tadeo Lozano Seccional Caribe	K13 Radio	Privada	N/A	Internet	-
	Atlántico	Barranquilla	Universidad Autónoma del Caribe	Radio Cultural Uniautónoma	Privada	Comercial	FM / Internet	91.4
		Barranquilla	Universidad del Norte	Uninorte FM Estéreo	Privada	Comercial	FM / Internet	103.1
	Magdalena	Santa Marta	Universidad del Magdalena	Unimagdalena Radio	Pública	Interés Público	FM / Internet	91.9
	Córdoba	Montería	Universidad de Córdoba	Unicor Stereo	Pública	Interés Público	FM / Internet	90.0
		Montería	Seccional Pontificia Universidad Bolivariana	Frecuencia Bolivariana	Privada	Comercial	AM / Internet	1160
	Sucre	Sincelejo	Universidad de Sucre	Unisucro FM Estéreo	Pública	Interés Público	FM / Internet	100.8
Amazonía	Caquetá	Florencia	Universidad de la Amazonía	Emisora Uniamazonía	Pública	Interés Público	FM / Internet	98.1
Pacífico	Chocó	Quibdó	Universidad Tecnológica del Chocó Diego Luis Córdoba	Radio Universidad del Chocó	Pública	Interés Público	FM / Internet	97.3

Elaboración propia en base a la Red de Radios Universitarias de Colombia

7.2. Unidades Estructurantes

En la presente investigación analizaremos las radios universitarias y, como medio de comunicación, hay una serie de elementos que la estructuran funcionalmente:

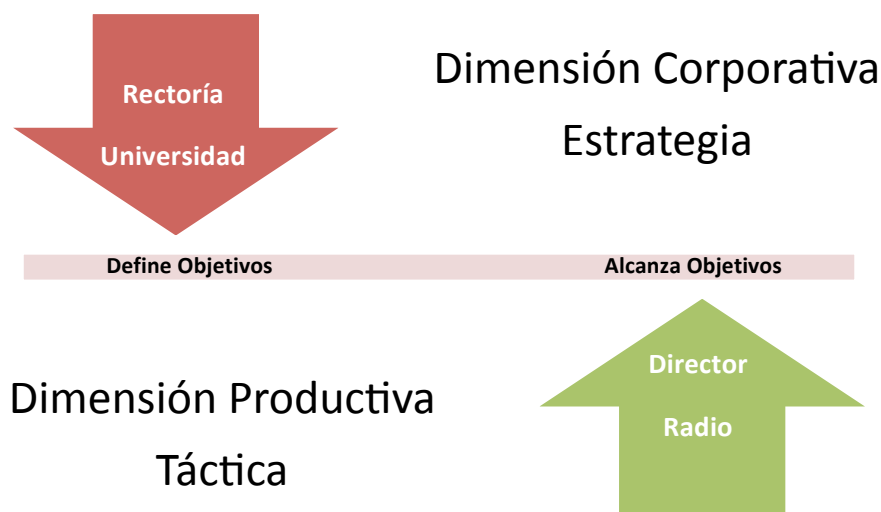
empresarial, organizativa, productiva, programática, contenidos, distribución y difusión. Analizaremos todas estas unidades estructurantes, transversalmente, desde dimensiones sociales, jurídicas, económicas e históricas.

7.2.1. Empresarial

Cualquier organización, como estructura, conlleva un elemento de dirección que se encarga de gestionar y coordinar, de controlar el esfuerzo, de planificar y de relacionar los distintos elementos estructurales que la componen. El fin de ese elemento de dirección es orientar toda la actividad hacia la consecución de los **objetivos generales** que dieron lugar a la organización empresarial. De ese elemento de dirección surgen dos dimensiones que conformarán la actividad de la empresa: la dimensión corporativa y la dimensión estratégica (Ventín Pereira, 1994).

1. **Dimensión Corporativa.** Es el responsable de la elaboración del plan estratégico, de definir objetivos y de distribuir recursos para alcanzarlos. En el caso de esta investigación corresponde a la rectoría de la institución universitaria.
2. **Dimensión Productiva.** Encargada de definir y ejecutar la táctica que permitirá lograr los objetivos definidos por la dimensión corporativa. En este caso, la acción recae sobre la radio universitaria.

Por tanto, analizamos dos agentes: los rectores de las instituciones de educación superior y los directores de las radios universitarias.



Elaboración Propia

Para analizar la dimensión corporativa, cuya actividad desarrolla el rector de la universidad, tendremos en cuenta una serie de variables que condicionarán el rumbo de la radio universitaria:

- A. Institucional-Misional.** Identificar la función social de la universidad en el momento actual, determinar las características de cada institución y los elementos que la diferencian del resto de universidades del país.
- B. Concepción del medio.** Conocer el concepto que posee el rector de la institución de educación superior de una radio universitaria.
- C. Política comunicativa.** Identificar el papel que desempeña el medio de comunicación en la universidad y determinar si se estructura en la política comunicativa general de la institución.
- D. Objetivos y beneficios.** Determinar los objetivos que persigue la dimensión corporativa y e indagar sobre el beneficio que les supone.

Para analizar la dimensión productiva, que engloba el conjunto de acciones que tiene que tomar el director del medio de comunicación para lograr los objetivos planteados en la dimensión corporativa, tendremos en cuenta las siguientes variables:

- A. Concepción del medio.** Averiguar el concepto de radio universitaria que tiene el director del medio, determinar su función social y conocer la relación que existe entre el medio de comunicación y la institución de educación superior.
- B. Institucional-Misional.** Conocer la historia de la radio, cómo y por qué se fundó y qué etapas ha tenido de implementación. Determinar su relación específica con la institución universitaria a la que pertenece. Averiguar el tipo de licencia de emisión que tiene y el vínculo y la participación de la radio con redes de medios universitarios.
- C. Directiva.** Determinar el perfil de un director de radio universitaria. Conocer el trabajo que desempeña en la radio que dirige y averiguar su relación con el resto de dependencias de la universidad, en concreto con las referentes a la comunicación.
- D. Económica.** Determinar las fuentes de financiación de la radio. Conocer sus presupuestos y la forma de administración. Identificar las partidas presupuestarias y los gastos sobre derechos de autor.

7.2.2. Organizativa

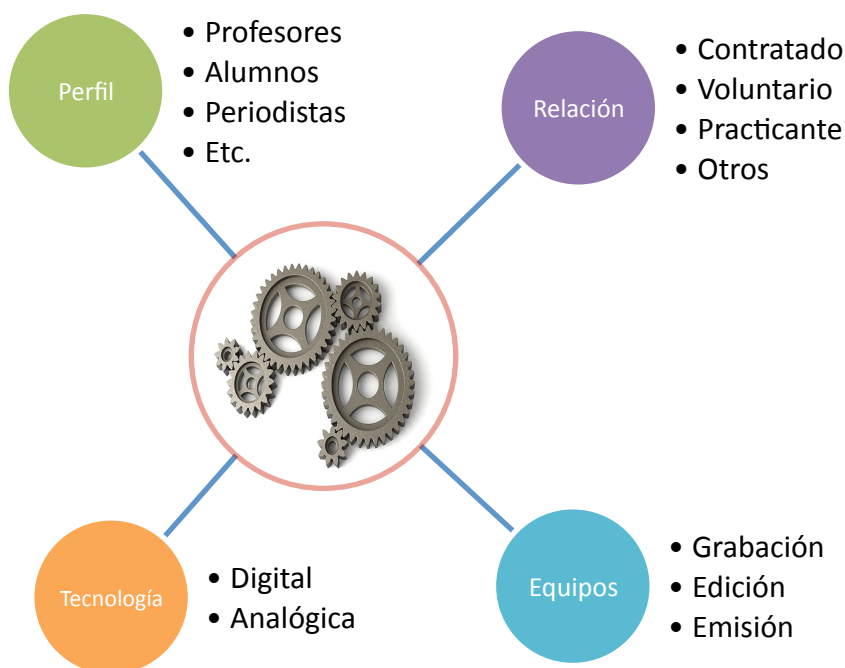
La organización hace referencia a dos tipos de relaciones: orgánica y funcional. La primera determina el tipo de vínculo entre la dimensión corporativa y la productiva. Es decir, si depende de la rectoría, la vicerrectoría, la secretaría general, la facultad de comunicación, etc. La funcional se referencia a la estructura interna que adopta el medio de comunicación en su afán de organizarse productivamente. Por tanto, analizaremos el tipo de adscripción de la radio a la dependencia universitaria y describiremos la forma que ha adoptado la radio a partir de sus objetivos: dirección, secretaría, subdirección financiera, coordinación, ventas, formación, etc.



Elaboración Propia

7.2.3. Productiva

Esta unidad determina los recursos humanos y técnicos que el medio de comunicación ha configurado para llevar a cabo su función. Contempla el tipo de personas que trabajan en la emisora, su perfil y su función, así como todos los recursos tecnológicos con los que se generan los contenidos estructurados en la parrilla de programación y destinados a la promoción y creación de marca de la emisora. Es decir, identificaremos si la emisora está compuesta por alumnos, profesores, personal de administración y servicios, periodistas, etc. y el tipo de vínculo que mantiene con la emisora: practicantes, becarios, voluntarios, contratados, etc. De la misma forma, en su variable técnica, identificaremos la de estudios que tienen, el grado de digitalización, los equipos de grabación y edición, etc.



Elaboración Propia

7.2.4. Programática y de Contenidos

Se refiere a la articulación temporal, o no, de todos los contenidos a emitir. Con esta unidad de análisis pretendemos conocer el criterio que aplica la radio para elaborar la programación, así como las personas que la diseñan, indagar sobre la pertinencia del diseño programático con los modos de consumo de los públicos objetivos y averiguar la periodicidad de las parrillas. Identificar los contenidos de los programas de la parrilla. Determinar la correspondencia entre las estructuras de necesidades de su audiencia y los contenidos emitidos. Conocer si existen convenios de colaboración con los que se intercambien programas. Indagar sobre la existencia, o no, de mecanismos de control de los contenidos.

En el análisis de esta variable, realizaremos una taxonomía de contenidos:

1. **Tipo de programas.** Número total de programas según su carácter musical o hablado.
 1. **Musical.** Todo programa cuyo contenido principal es la música. La música se presenta como mensaje en sí mismo.
 2. **Hablado.** Todo producto radiofónico en el que para su construcción no se ha utilizado como elemento principal la música.

2. **Finalidad del Programa.** Si bien es complicado determinar un tipo de finalidad, pues todo programa se fundamenta en una estrategia transversal, realizaremos una tipificación a partir del objetivo general del programa:

1. **Informativo.** Programas compuestos por contenidos de actualidad, destinados a **informar y contextualizar** a la audiencia sobre temas de interés político, económico, judicial, deportivo, social, etc.
2. **Institucional.** Programas compuestos por **contenidos universitarios** de instancias oficiales, como rectoría, vicerrectoría, oficina de comunicación, de extensión, así como de agentes involucrados en el día a día de la institución de educación superior.
3. **Social.** Programas que tienen como contenido temas de derechos humanos, igualdad, minorías étnicas, medio ambiente, ecología, género, etc. con el fin de contribuir al **cambio de paradigmas**.
4. **Cultural.** Programas cuyos temas giran en torno a la creación artística: literatura, teatro, cine, etc. Tienen como objetivo promover el **patrimonio cultural y artístico** de la humanidad.
5. **Educativo.** Programas cuyos temas giran en torno a la formación y a la educación de la audiencia en situaciones del día a día. Tiene como objetivo **formar y educar**.
6. **Divulgativo.** Programas cuyos temas giran en torno a la promoción de trabajos e investigaciones académicos: ciencia, medicina, derecho, ingeniería, humanidades, etc. Tiene como objetivo acercar al público las ciencias y las humanidades.
7. **Servicio.** Programas destinados a ofrecer una serie de soluciones a la población o comunidad interna o externa a la institución universitaria.
8. **Entretenimiento.** Programa cuya finalidad es ofrecer un espacio divertido, agradable, ameno, animado, recreativo, alegre, etc.

3. **Temas en programas Musicales**

1. Clásica
2. Música Antigua
3. Rock
4. Electrónica

5. Pop
6. Jazz
7. Son
8. Salsa
9. Blues
10. Reggae/Ska
11. Regeton y sucedáneos
12. Folclore Colombiano
13. Boleros
14. Tango
15. Hip-Hop
16. Músicas de Mundo
17. Contemporánea
18. Rancheras
19. Miscelanea
20. Otros

4. Relación de temas en programas hablados

1. Política
2. Economía y Mercadeo
3. Historia
4. Comunicación-Periodismo
5. Salud (Medicina, Farmacia, Enfermería, Odontología)
6. Religión
7. Sociología
8. Deportes
9. Derechos Humanos, minorías, género, sexualidad
10. Derecho
11. Ciencia y Tecnología
12. Ingeniería
13. Relaciones Internacionales
14. Filosofía
15. Emprendimiento y Desarrollo
16. Arquitectura

17. Agropecuario
18. Idiomas
19. Ocio (cine, teatro, música, viajes, etc.)
20. Literatura
21. Sociedad
22. Vida universitaria (administración, docentes, estudiantes)
23. Conflicto Colombiano
24. Promocional
25. Dramatizados/Ficción

7.2.5. Distribución

Conocer la tecnología de emisión de las radios. Averiguar sobre la accesibilidad de los Públicos Objetivos a las tecnologías de recepción. Determinar cómo utilizan las nuevas plataformas de distribución y promoción en redes. Analizar el plan de ordenamiento radiofónico colombiano.

7.2.6. Difusión

Determinar el Público Objetivo que tiene la emisora según su criterio (expectativa) y según los contenidos que emite. Conocer la forma en que se han utilizado los estudios de audiencia para adecuar sus programaciones.

7.2.7. Marco de Análisis

Por tanto, y a modo de resumen, a partir de un método sistémico, la división Dimensión Corporativa y División Productiva nos lleva a fragmentar el estudio en unidades estructurantes y unidades de análisis sociales, jurídicas, económicas e históricas:

IDENTIDAD	UNIDADES DE ANÁLISIS	ANÁLISIS SOCIAL	ANÁLISIS JURÍDICO-POLÍTICO	ANÁLISIS ECONÓMICO	ANÁLISIS HISTÓRICO
Análisis Sistémico de la Empresa Informativa	- Empresa Informativa: <ul style="list-style-type: none"> Régimen de propiedad. Dirección, organización y Gestión. Recursos empresariales. 	<ul style="list-style-type: none"> Intereses sociales y económicos. Estatus social de los agentes institucionales. Alianzas sociales de la institución. 	<ul style="list-style-type: none"> Control jurídico-político de la empresa informativa. Concesión de licencias; Condiciones de las licencias: plazos, potencia, frecuencia... Intervención estatal directa. Alianzas políticas 	<ul style="list-style-type: none"> Origen del capital. Alianzas y conflictos económicos. Inversiones. Crisis económicas. Política económica de la Institución. 	<ul style="list-style-type: none"> Ideario Institucional. Función Social. Reputación y Marca.
	- Producción: <ul style="list-style-type: none"> Recursos humanos. Recursos técnicos. 	<ul style="list-style-type: none"> Formación profesional. Relación contractual: contratados, voluntarios, practicantes, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Adscripción política. Vinculaciones con otras empresas e instituciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Vinculaciones con otras empresas e instituciones. Cargo empresarial. 	<ul style="list-style-type: none"> Adscripción ideológica. Dedicación laboral. Formación profesional
	- Programación: <ul style="list-style-type: none"> Estructuras; Origen; Objetivos; Duración de emisión (horas); Días de emisión; Horarios de las emisiones; Unidades programáticas; 	<ul style="list-style-type: none"> Función educativa, informativa y de entretenimiento; Organizaciones sociales de la audiencia; 	<ul style="list-style-type: none"> Intervención y control estatal de la programación (objetivos, horarios, duración, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> Fórmulas de financiación de la programación Objetivos Repercusiones en la actividad económica. Comercialización. 	<ul style="list-style-type: none"> Imitación de las estructuras de otras prácticas comunicativas: teatro, zarzuela, opera. Función educativa, informativa y de entretenimiento.
	- Contenidos: <ul style="list-style-type: none"> Contenidos temáticos; Formatos; Duración; Periodicidad; Espacios publicitarios. 	<ul style="list-style-type: none"> Programas y contenidos destinados a audiencias determinadas; Integración social de la inmigración; Promoción de la igualdad de la mujer. 	<ul style="list-style-type: none"> Censura y control político de contenidos; Condicionantes político-jurídicos del acontecer socio-político. 	<ul style="list-style-type: none"> Costes de producción de los programas Derechos de retransmisión y de autor. 	<ul style="list-style-type: none"> Integración cultural de la inmigración. Fomento cultural y educativo.
	- Audiencias-Difusión: <ul style="list-style-type: none"> Accesibilidad 	<ul style="list-style-type: none"> Estatus social de la audiencia. Hábitat Número de oyentes. Organizaciones sociales de la audiencia. 	<ul style="list-style-type: none"> Regulación de la tenencia y uso de los receptores. 	<ul style="list-style-type: none"> Capacidad adquisitiva. 	<ul style="list-style-type: none"> Nivel educativo y cultural. Adscripción ideológica. Uso social del tiempo: jornada de trabajo y tiempo de ocio
	- Distribución: <ul style="list-style-type: none"> Características tecnológicas. 	<ul style="list-style-type: none"> Pautas de consumo y usabilidad de las tecnologías de la información 	<ul style="list-style-type: none"> Plan técnico de Radiodifusión Política de implementación de nuevas tecnologías. Barreras burocráticas en la concesión de licencias 	<ul style="list-style-type: none"> Costos de infraestructura Costos de los receptores, dispositivos móviles, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Modas en el consumo de medios

7.3. Herramientas para recoger información

Además de solicitar y consultar información secundaria (documentos e informes) hemos diseñado dos herramientas de recogida de información: entrevistas semiestructuradas y protocolo de observación directa. Aplicamos estas herramientas a la Dimensión Corporativa y Dimensión Productiva. En cada una de ellas tendremos en cuenta las variables expuestas anteriormente.

7.3.1. Entrevista Semiestructurada

Elaboramos un guión con los temas a tratar, en el que el entrevistador puede plantear nuevas preguntas, dependiendo de las respuestas que el entrevistado dé. Igualmente, podemos plantear una conversación más dinámica, pedir explicaciones o aclaraciones.

a. Dimensión Corporativa. Aplicaremos esta técnica de recogida de información sobre los agentes encargados de definir líneas maestras estratégicas de la Institución Universitaria: el rector. Tenemos en cuenta tres variables que determinarán la concepción corporativa de las instituciones de educación superior, a la hora de articular la emisora de radio con sus objetivos generales: variable institucional-misional, concepción del medio y política comunicativa.

i. Objetivo general. Describir la política comunicativa de la universidad y el papel de la radio universitaria en sus objetivos.

ii. Objetivos específicos

1. Conocer líneas maestras misionales de la institución
2. Analizar cómo la universidad articula los objetivos a través de la política comunicativa de la institución.
3. Establecer cómo concibe la Institución lo que debe ser una radio universitaria.
4. Conocer el papel que juega la radio en la universidad

DIMENSIÓN CORPORATIVA	
Variable 1. Institución Misional	
1.	¿Cuál debe ser el papel de las universidades en la sociedad del siglo XXI? ¿Y cuál es el papel que realmente desempeñan?
2.	¿Qué diferencia a su institución universitaria de las del resto del país?
3.	La visibilidad es un concepto que últimamente está presente en las estrategias de las universidades por alcanzar altos estándares de competitividad. ¿Cómo entiende la visibilidad la institución que usted representa?
Variable 2. Concepción del Medio	
4.	Para usted, ¿qué es una radio universitaria?
5.	¿Qué papel debe desempeñar como agente, como un elemento estructural de la universidad, y como un medio de comunicación?
Variable 3. Política Comunicativa	
6.	¿Por qué la universidad tiene una emisora de radio? ¿Qué objetivos quiere alcanzar con ella? ¿De qué forma?
7.	¿De qué forma se articula la política comunicativa de la Universidad con la emisora de radio?

b. Dimensión Productiva. Aplicaremos esta técnica de recogida de información a los agentes encargados de desarrollar las acciones tácticas con las que alcanzar los objetivos definidos en la dimensión estratégica: el director de la radio universitaria. En esta entrevista semiestructurada tenemos en cuenta una serie de variables que conforman un medio de comunicación: concepción del medio, institucional-misional, directiva, organizativa, económica, productiva, contenido y programación, distribución y difusión.

i. Objetivo general. Describir y analizar la identidad, el funcionamiento y la dirección de la emisora de radio universitaria en su dimensión productiva y táctica.

ii. Objetivos específicos

- Describir el tipo de dirección que desarrolla el Director de la emisora.
- Analizar la articulación de las acciones tácticas de la emisora de radio con las líneas maestras estratégicas de la universidad.

- Conocer la configuración e identidad de la radio como medio de comunicación universitario.
- Describir la estructura de contenidos, de producción, de distribución y de producción de la emisora de radio

DIMENSIÓN PRODUCTIVA	
Variable 1. Concepción del Medio	
1.	Según su criterio, ¿cómo definiría una radio universitaria? ¿Qué papel juega en la sociedad? ¿Y en la Institución Universitaria?
2.	¿Cuál considera usted que debe ser la relación entre la radio y la Institución Universitaria a la que pertenece?
3.	¿Cuál es la ponderación de las dimensiones formativa, cultural y de imagen, como objetivos de esta radio universitaria?
4.	¿Le parece que la legislación sobre la radiodifusión contempla la concepción de lo que debe ser una radio universitaria? En caso de encontrar deficiencias, ¿qué modificaría?
Variable 2. Variable Institucional	
5.	¿Nos podría hablar sobre la historia de la radio: cómo surge, quién la impulsa, en qué año se funda, qué etapas de implementación ha tenido?
6.	¿De quién depende administrativamente la radio?
7.	¿Qué personalidad jurídica tiene la emisora de radio?
8.	¿La emisora de radio forma parte de alguna red, asociación o grupo radiofónico? En caso de pertenecer, ¿qué tipo de participación tiene?
Variable 3. Directiva	
9.	¿Cómo definiría la radio universitaria que usted dirige? ¿Cuáles son sus objetivos y su misión?
10.	¿Qué perfil debe tener un Director de Radio Universitaria?
11.	Cómo director de la radio universitaria, ¿participa en alguna comisión que trabaje la parte de comunicaciones de la universidad?
12.	¿Cómo es su actividad directiva en la emisora de radio? Su día a día
Variable 4. Organizativa	
13.	¿Cómo se estructura la emisora de radio?
14.	¿Con qué recursos humanos cuenta la emisora? ¿Y económicos?
15.	¿Cómo es la participación de los diferentes agentes que conforman la comunidad universitaria en la emisora de radio: profesores, alumnos, personal de administración, otros?
16.	¿Cómo se lleva a cabo el proceso de selección del personal?
Variable 5. Económica	
17.	¿Cómo se financia la Radio? ¿Qué presupuesto tiene? ¿Quién lo administra?
18.	¿Qué categoría tiene en la agencia de derechos de autor? ¿Cuánto viene pagando?

Variable 6. Productiva
19. ¿Cómo se organizan las diferentes áreas de producción de la radio: locutores, guionistas, productores, técnicos, etc. 20. ¿Cómo ha sido el proceso de digitalización de la radio? 21. ¿Cómo se articula el programa académico con los procesos de generación de contenidos en la programación de la emisora?
Variable 7. Contenido y Programación
22. ¿Qué contenidos maneja la emisora de radio? 23. ¿Con qué criterios elabora la parrilla de programación? ¿Es una actividad que hace el director de la emisora o participan otras instancias? 24. ¿Qué periodicidad tiene la parrilla de programación? 25. ¿Existe algún criterio de control en la emisión de contenidos, por parte de la propia emisora y/o de la Universidad? 26. ¿Existen convenios de colaboración en la generación de contenidos con instituciones externas a la universidad?
Variable 8. Distribución
27. ¿Qué sistema de emisión tienen? 28. ¿Qué alcance tiene el emisor? 29. ¿Qué empleo hacen de las nuevas tecnologías en cuanto a distribución de contenidos se refiere? 30. ¿Qué papel juegan las redes sociales en la emisora? 31. ¿Usan los Podcast? ¿De qué manera? 32. ¿Qué elementos de promoción llevan a cabo para dar a conocer la emisora de radio, la programación?
Variable 9. Difusión
33. ¿Existen estudios de medición de audiencias? 34. ¿Qué perfil de audiencia se estima que tiene la emisora? 35. ¿Se han realizado estudios para ir adecuando la programación a lo largo de los diferentes periodos de emisión?

7.3.2. Protocolo de Observación

Aplicaremos esta técnica de recogida de información a la dimensión productiva-táctica, es decir, al medio de comunicación. Con este protocolo de observación pretendemos recolectar información específica y observable de cada una de las radios analizadas, para compararlas entre sí, a partir de dos variables: **producción** y **distribución**.

- a. **Producción.** Esta variable recoge todos los elementos humanos y técnicos que emplea la radio universitaria para producir contenidos. Dividimos de la siguiente manera:

i. Recursos Humanos

1. **Número total de integrantes de la radio.** Incluimos todas las personas que contribuyen a producir contenidos o al funcionamiento de la radio, sean contratadas, voluntarias, practicantes, etc.
2. **Rol.** Categorización según su origen: docentes, alumnos, administrativos, profesionales (comunicadores-periodistas), otros
3. **Número total de personas según su relación contractual.** El número total de personas contratadas, becarias, practicantes y voluntarias, independientemente de su clase.
4. **Categoría contractual por cada uno de los roles.** Profesores (contratados, becarios, practicantes y voluntarios), alumnos, administrativos, profesionales, otros.

ii. Recursos Técnicos

1. **Espacio físico.** Metros cuadrados y número total de dependencias con las que cuenta la emisora de radio.
2. **Locutorios.** Dependencia destinada para la emisión de programas en directo o pregrabados.
3. **Cabinas de grabación.** Salas de grabación, independientes a los locutorios, pero que permiten interconexión.
4. **Cabinas de Control.** Dependencia técnica adjunta al locutorio.
5. **Sala integrada.** Espacio que integra en un único ambiente locutorio y control técnico.
6. **Sala de edición.** Dependencia destinada exclusivamente a la postproducción de sonido.
7. **Redacción.** Sala de preproducción.

8. Sala de juntas. Dependencia para la realización de reuniones.

9. Despachos. Espacios destinados para directivos, administrativos, etc.

10. Fonoteca. Dependencia de archivo sonoro.

11. Otros espacios.

12. Equipamiento.

a. Consolas/Mesas de Mezclas

b. Micrófonos

c. Audífonos

d. Ordenadores

e. Grabadoras

f. Software de edición

g. Software de gestión de audio

b. Distribución. Esta variable recoge información de todos los elementos técnicos utilizados en la emisión de los contenidos generados por la emisora de radio.

i. Radio Frecuencia.

13. Tipo de licencia y Frecuencia

14. Potencia del emisor

15. Altura de la antena

16. Categoría de cubrimiento

17. Área geográfica de cubrimiento

18. Satélite

ii. Por Internet

19. Bitrate de compresión

20. Codificador

21. Software de emisión

22. Servidor: propio o externo

23. Podcast

24. Redes Sociales

25. APPS

26. WebCam

27. Otros

7.3.3. Protocolo de Escucha

Para corroborar la información suministrada por las radios referentes a las parrillas de programación y a la descripción de las temáticas de los programas, hemos elaborado un protocolo en el que de forma aleatoria elegimos programas y durante una variable de tiempo realizaremos una escucha atenta. Mediremos: fecha y hora de emisión para determinar el cumplimiento programático de la parrilla e identificación de la temática tratada.

7.3.4. Documentación Oficial

Como parte del proceso de recogida de información, el investigador realizará una petición oficial de información:

- Parrilla de Programación
- Descripción de los programas emitidos
- Organigrama de la emisora de radio

Igualmente hemos solicitado información complementaria o que acredite lo expuesto en las entrevistas semiestructuradas, como por ejemplo:

- Misión, visión y valores
- Libro de Estilo
- Acta fundacional
- Certificado de la Cámara de Comercio de actividad
- Autorización de emisión de programas periodísticos al Ministerio de las TIC

Hemos podido obtener muchos de esos datos también de las páginas webs de las universidades y de las radios, de artículos periodísticos y de campañas promocionales realizadas por las mismas emisoras e instituciones educativas.

7.3.5. Tabla resumen de herramientas y métodos de recolección de información

	Herramientas y Procedimientos					
Elementos	Entrevista Profundidad	Protocolo de Observación	Protocolo de escucha	Documentación Institucional	Consultas Web	Otra documentación
Corporativa	X			X	X	X
Productiva	X	X		X	X	X
Programación			X	X	X	X
Contenidos			X	X	X	X
Distribución		X		X	X	X
Difusión	X			X	X	X

7.4. Cronograma de la investigación

		CRONOGRAMA GENERAL																														
		Año 1												Año 2										Año 3								
		Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Actividad																																
Búsqueda de información secundaria																																
Identificación de Bibliografía de apoyo																																
Lectura y análisis de bibliografía e información encontrada																																
Elaboración de Marco Teórico																																
Identificación del Universo																																
Elaboración del Plan de Trabajo de Campo																																
Elaboración de herramientas para la recolección de información primaria																																
Aplicación de la metodología de recolección de información en la muestra seleccionada																																
Sistematización de la información recopilada																																
Análisis de información primaria y resultados del trabajo de campo																																
Redacción de informe preliminar de la investigación																																
Elaboración de documento de investigación																																
Presentación de resultados y productos																																

CAPÍTULO V

LA RADIO UNIVERSITARIA EN COLOMBIA

8. Aclaración metodológica al proceso de recogida de información y análisis

Esta parte de mi Tesis es muy amplia y me ha exigido mucho esfuerzo. Sin embargo, he tenido un mapa conductor que me ha ayudado a moverme con seguridad en medio de ambientes tan distintos. Me refiero a la distinción que Gustavo Bueno Martínez establece entre Metodologías \forall y \exists - Operatorias.

Metodologías \forall y \exists - Operatorias

Bueno (1982) ofrece un arma muy potente para distinguir las ciencias y, por tanto, las teorías e, incluso, los teoremas como células gnoseológicas: las metodologías \forall y \exists -operatorias. Veamos qué significan.

El tejido de una ciencia se compone de diferentes líneas, subjetivas y objetivas. En torno a los sujetos gnoseológicos (S. G.) -los científicos- se organizan las líneas subjetivas. Fundamentalmente, las líneas subjetivas que he seguido han sido las operaciones que he tenido que realizar en forma de entrevistas para obtener un panorama de cada radio universitaria que forma parte del corpus de esta Tesis. También, el estilo personal de quienes imprimen estilo a cada radio. Las líneas objetivas tienen un curso independiente y se dicen «objetivas» porque son los objetos los que las determinan, no los sujetos. Las que más destacan son los referentes fisicalistas, es decir, las emisoras universitarias que tuvieron su origen, en muchos casos, antes de que estuvieran presentes quienes ahora las dirigen y trabajan en ellas.

El mecanismo del cierre categorial implica neutralizar las líneas subjetivas. Neutralizar no quiere decir eliminar. Siguiendo el ejemplo kantiano, $7+5=12$ es una verdad objetiva (la expresada por la relación "=", pero no puede eliminar la operación "+" que es subjetiva, es decir, que no cabe ponerla entre los términos objetivos («los números no se adicionan entre sí, es el matemático quien los suma»)).

Bueno distingue dos situaciones dentro de los campos semánticos de cada ciencia:

- **Situación primera (\forall):** La situación de aquellas ciencias en cuyos campos no aparezca formalmente, entre sus términos, simples o compuestos, el sujeto gnoseológico (S.G.), es decir, el científico. La situación primera corresponde, desde luego, a las ciencias físicas, a la Química, a la Biología molecular.
- **Situación segunda (\exists):** La situación de aquellas ciencias en cuyos campos aparezcan los sujetos gnoseológicos o análogos suyos rigurosos. Esta situación parece, en cambio, mucho más próxima a la de las ciencias humanas.

Estas situaciones sirven de base a otra distinción:

- **Metodologías \exists -operatorias** son los procedimientos de las ciencias humanas en los cuales esas ciencias consideran como presente en sus campos al sujeto operatorio. Los científicos no pueden prescindir de estas metodologías, pues las ciencias humanas acumulan así el campo de fenómenos que les es propio. He seguido en esta Tesis una metodología de este tipo cuando me he entrevistado con todas aquellas personas que me podían dar información para la Tesis.
- **Metodologías \forall -operatorias** son los procedimientos que atribuimos a las ciencias humanas, según los cuales son eliminadas o neutralizadas las operaciones iniciales, para realizar conexiones entre sus términos al margen de los nexos operatorios. Estas metodologías también corresponderán, por tanto, a las ciencias humanas en virtud de un proceso genético interno. Efectivamente, en mi Tesis empleo tablas, estadísticas, etc., que son esenciales para obtener un panorama de la radio universitaria en general y de cada radio universitaria en particular.

La relación entre las dos metodologías es **dialéctica**: Las ciencias humanas parten de campos de fenómenos humanos y, por tanto, comenzarán también por medio de construcciones \exists -operatorias, pero así no alcanzarán su estado de plenitud científica. Esto requiere neutralizar las operaciones y elevarlas al orden esencial. A este proceso, Bueno lo denomina «regressus». Por último, hay que «volver a los fenómenos» - a lo que llama «progressus» y, entonces, esas construcciones científicas, en situación \forall , al

volver a los fenómenos, se determinarán de nuevo como metodologías \exists -operatorias. Efectivamente, esa es la relación dialéctica que está presente en mi Tesis.

(I) En las Metodologías \forall -operatorias, el estado límite en el cual una ciencia humana deja de serlo propiamente y se convierte plenamente en una ciencia natural se alcanzará en aquellos casos en los cuales el «regressus» conduzca a eliminar totalmente las operaciones y los fenómenos humanos («de escala humana»), que quedarán relegados a la Historia de la ciencia de que se trate. Bueno designa este estado límite \forall_1 . En la *situación \forall_1* , regresamos a los factores anteriores, a la propia textura operatoria de los fenómenos de partida, a factores componentes internos, esenciales, sin duda, pero estrictamente naturales.⁵⁷

Veamos un ejemplo de cómo se transforma una metodología \exists en una \forall .

«En la Etología, las relaciones lingüísticas entre organismos de una misma especie (o también, las relaciones interespecíficas) se dibujan inicialmente en el campo \exists -operatorio de la conducta, tal como la estudia la Etología (investigaciones sobre el lenguaje de los delfines o de las abejas, determinación de pautas de conducta de cortejo, ataque, etc. entre mamíferos, aves, etc). Estas relaciones se suponen dadas entre organismos que se mantienen a distancia (precisamente el concepto de «símbolo» incluye esta lejanía entre significante y significado o referencia...). Las señales ópticas o acústicas deben llegar físicamente de un animal a otro que las interpreta. Ahora bien, en el momento en que tomamos en cuenta los mecanismos de conexión física entre señales, estamos regresando, a partir del plano \exists -operatorio en el que se configuró el concepto de signo, al campo \forall -operatorio de la Química o de la Bioquímica. Ahora, las señales serán secreciones externas, ecto-hormonas que el animal vierte, no ya al torrente circulatorio de su organismo, sino a otros organismos que se supone constituyen una suerte de «superorganismo»: las feromonas se vierten por cada organismo al medio ambiente, no a la sangre, sin perjuicio de lo cual serán concebidas como «hormonas sociales». El curso (regressus) que va desde el concepto de símbolo o señal al concepto de feromona (del concepto de señal social al de hormona social) es el curso de transformación de una metodología \exists en una metodología \forall_1 . de la Etología a la Bioquímica. Sin perjuicio de lo cual, si las investigaciones sobre feromonas no quieren

⁵⁷ BUENO (1982) Pp. 322-330.

*perder su sentido global, han de mantener de algún modo el contacto con los fenómenos de partida, con el concepto de organismos que se comunican*⁵⁸».

En la situación \forall_2 , podemos partir de las operaciones y no «regresar» a sus factores naturales anteriores sino «progresar», es decir, considerar los eventuales resultados objetivos (no operatorios) a los cuales esas operaciones pueden dar lugar, y en los cuales pueda poner el pie una construcción que ya no sea operatoria. Las metodologías que proceden así son las *Metodologías* \forall_2 . Hay dos modos inmediatos y propios de abrirse caminos las metodologías \forall_2 .

Metodologías I - \forall_2 . Son ciencias humanas muy especiales, pues no es propiamente el hombre (ni siquiera lo humano) lo que ellas consideran. Estudian estructuras o procesos dados, sí, por la mediación de los hombres, pero que no son por sí mismos propiamente humanos. El concepto de «cultura» (y, por tanto, correspondientemente el concepto de «ciencias de la cultura») responde plenamente al caso. Las ciencias de la cultura no son ciencias psicológicas. Las estructuras culturales se parecen más a las geométricas o aritméticas que a las etológicas o psicológicas. Siendo producidas, en general, por el hombre, son, sin embargo, objetivas. Aquellos resultados estructuras o procesos a los cuales llegamos por las operaciones \exists , son del tipo \forall pero, además, comunes (genéricos) a las estructuras o procesos dados en las ciencias naturales.

Metodologías II - \forall_2 tienen lugar cuando las estructuras o procesos sean ya específicas de las ciencias humanas o etológicas. Las estructuras o procesos resultantes neutralizarán a las operaciones «envolviéndolas», pero una vez que han partido de ellas. Partimos de las operaciones \exists , pero siguiendo su propio curso, determinan que surjan estructuras genéricas, que confieren una objetividad similar a la de las ciencias no humanas: ya me he referido a los métodos estadísticos; también entran aquí las estructuras de cada radio universitaria.

(II) Metodologías \exists - operatorias: El estado límite es el \exists_2 , en dirección opuesta al $\forall(\forall_1)$. Es el estado correspondiente a las llamadas tradicionalmente «ciencias humanas prácticas». Aquí los resultados requieren nuevamente a las operaciones, en forma de decisiones, estrategias, planes, etc., etc. Estamos, propiamente, ante «tecnologías» o

⁵⁸ Ibíd. Pp. 330-331.

«praxiologías» en ejercicio: La Jurisprudencia, la Política Económica y otras disciplinas no tienen un campo desligable de la actividad operatoria, puesto que su campo son las mismas operaciones, en tanto están sometidas a imperativos de orden económico, moral, político, jurídico, etc.

En la situación Ξ_1 , nos mantenemos, desde luego, en la atmósfera de las operaciones, pero de forma tal que ahora las operaciones están figurando no como determinantes de términos del campo que sólo tienen realidad a través de ellas, sino como determinadas ellas mismas por otras estructuras o por otras operaciones. Y análogamente a lo que ocurría en la situación \forall_2 , también en la situación Ξ_1 cabe distinguir dos modos de tener lugar esta determinación de las operaciones:

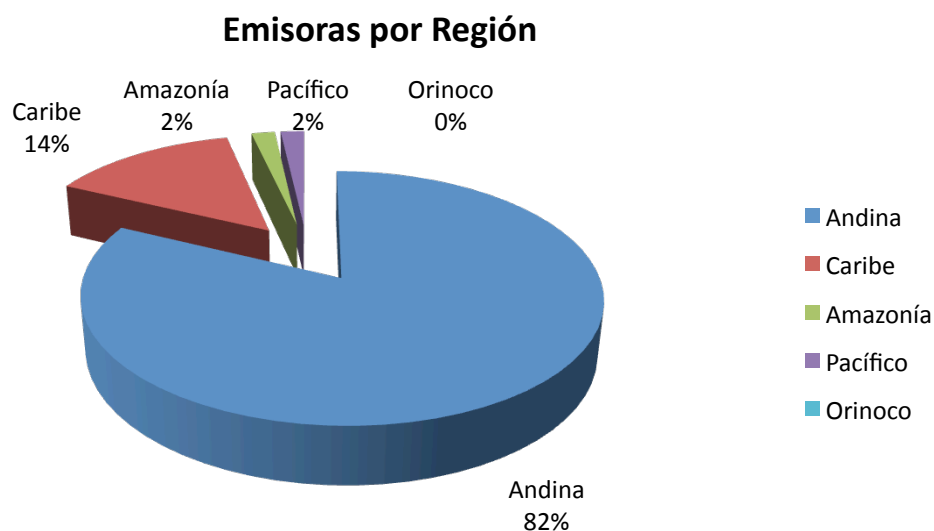
Un modo genérico (I - Ξ_1), es decir, un modo de determinar las operaciones a través de los contextos objetivos (objetuales). La situación I - Ξ_1 recoge las «ciencias de estructuras tecnológicas». Quienes inventaron la imprenta, de la radio o de la televisión se guiaron por su conocimiento al producirlos. Las personas que ahora estudian esos inventos y los producen están guiados, fundamentalmente, por las obras que aquellos produjeron, no sólo por su conocimiento. En estas ciencias entran los fines, las causas finales de quienes fabricaron las estructuras tecnológicas, pues la naturaleza no las produce por sí misma.

Por último, el concepto de una situación que denominamos II - Ξ_1 , es decir, el concepto de una situación en la cual las operaciones aparecen determinadas por otras operaciones (procedentes de otros sujetos gnoseológicos), según el modo específico de las metodologías Ξ . Toda esa nueva ciencia que se conoce con el nombre de *Teoría de Juegos* podría considerarse como una ciencia desarrollada en el ámbito de las metodologías II - Ξ_1 . Es una de las Ciencias Humanas más características (dentro de la Praxiología), y por ello se aplica precisamente a los campos etológicos (estudio de estrategias de las conductas de animales cazadores, etc), o políticas (coaliciones, etc).

9. Análisis de la radio universitaria en Colombia

En el presente capítulo analizaremos las radios de las universidades ubicadas en cada una de las regiones en que se divide Colombia. En este análisis expondremos los datos recogidos en las variables empresa informativa, estructura organizativa (a nivel corporativo y productivo), estructuras productiva, de distribución y difusión.

Como punto de partida, apreciamos que el **82%** de las emisoras universitarias se encuentran en la **región Andina**, seguido de la **Caribe**, con un **14%** y de la **Amazonía** y **Chocó** con un **1%** en ambos casos, mientras que en la región del Orinoco no existe ninguna radio adscrita a una institución de educación superior.

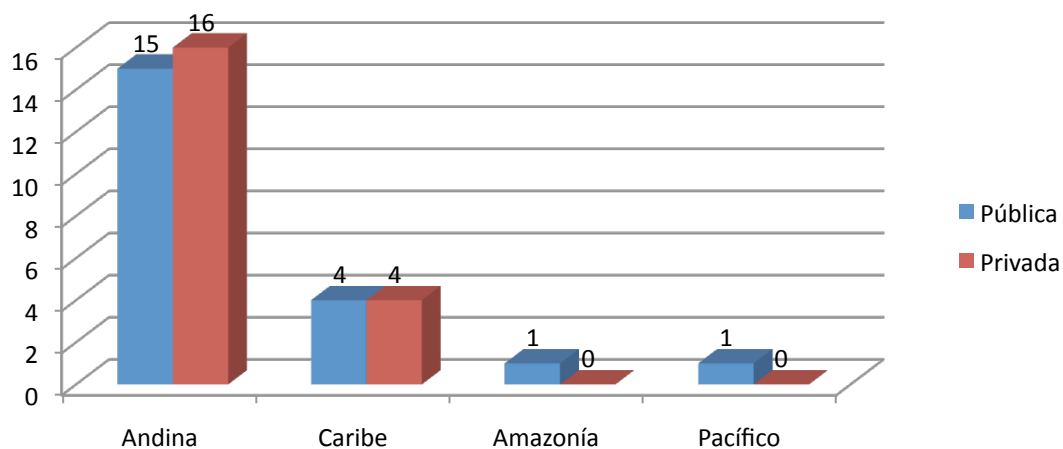


En cuanto al tipo de institución, pública o privada, apreciamos que a nivel nacional el **55%** de las universidades son de carácter **público**, mientras que el **45%** son **privadas**.

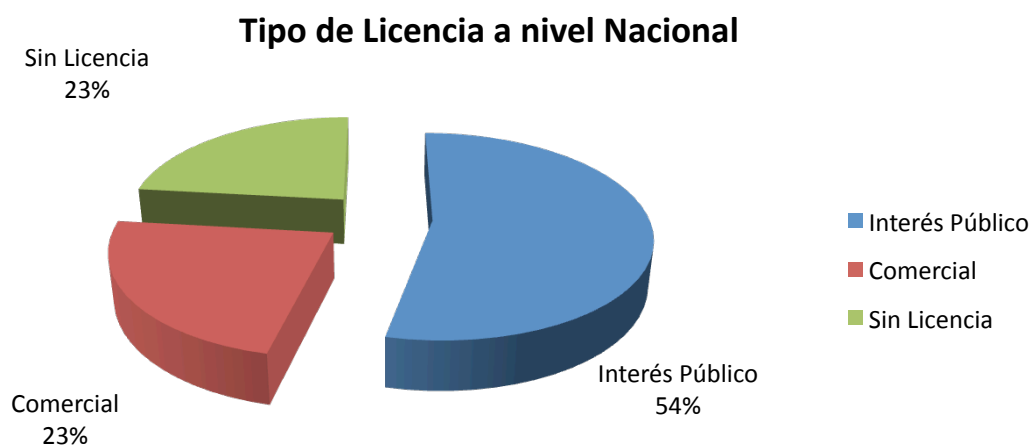


Esa misma distribución, a nivel regional refleja que, de las universidades con emisoras de radio, en la región **Andina** hay **15 universidades públicas** y **16 privadas**; en el **Caribe** existe el **mismo número** de públicas que de privadas, **4**; mientras que en las regiones **Amazonía** y **Pacífico** únicamente hay una **universidad pública** con radio. Aquí hay que hacer una matización, y es que hay universidades, como la Javeriana, la Jorge Tadeo Lozano o la Bolivariana que en el registro nacional sólo cuentan como una

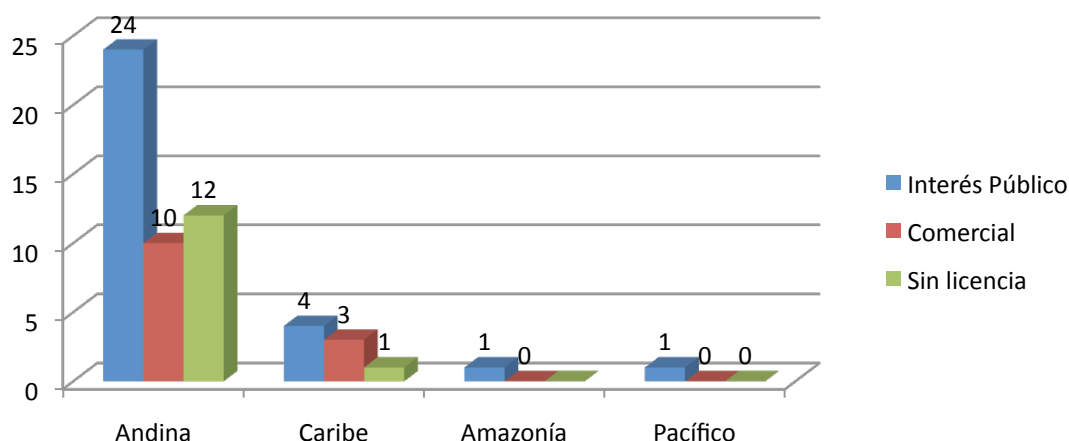
universidad, pero a nivel regional tienen seccionales, por lo que se les cuenta de forma independiente.



En cuanto al tipo de licencia de emisión de las radios universitarias, podemos apreciar que el **54 %** de las emisoras tienen una licencia de emisión de **Interés Público**; el **23 %** tienen una licencia **Comercial** y un **23%** restante no emiten con licencia, pues se trata de radios que emiten por **Internet**.

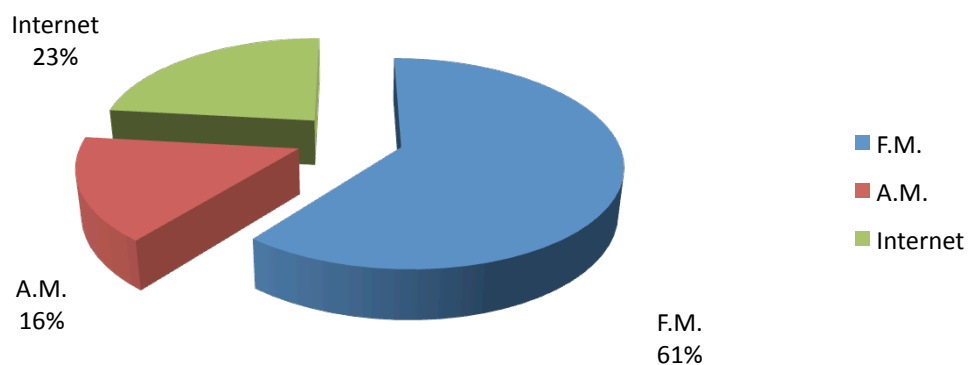


En cuanto a las licencias de emisión por regiones, apreciamos que en las que más se han concedido son las licencias de Interés Público. La región Andina cuenta con 24 radios con licencia de Interés Público, 10 Comerciales y 12 que no requieren licencia. En el Caribe encontramos 4 de Interés Público, 3 Comerciales y 1 que no requiere licencia. En la Amazonía y Pacífico sólo existe una, respectivamente, de Interés Público.

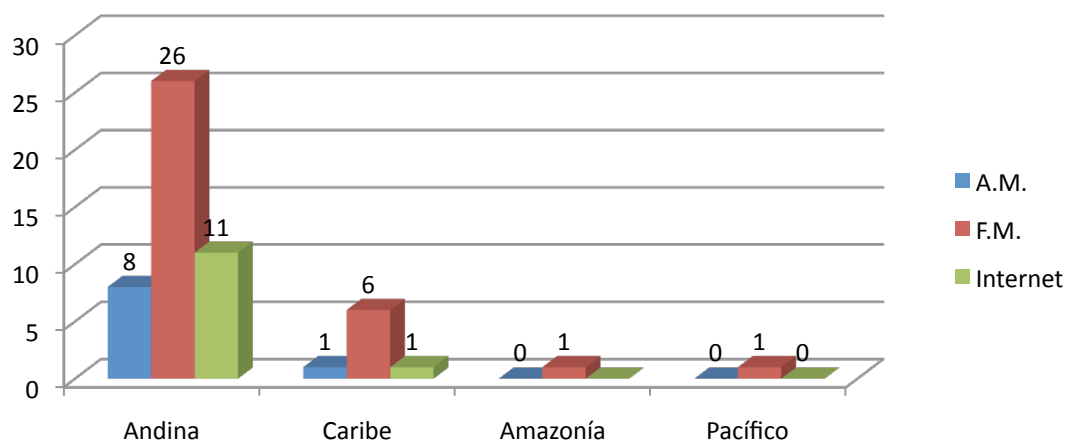


En cuanto al sistema de transmisión, Amplitud Modulada, Frecuencia Modulada o Webcaster, podemos apreciar que a nivel nacional, el 61% de las radios universitarias emiten con una tecnología en F.M., un 23% lo hace a través de Internet y el 16% restante mediante A.M. Las emisoras en F.M. y A.M., si bien tienen un sistema de transmisión por radiofrecuencia, de forma simultánea también transmiten su señal vía Internet.

Tipo de Transmisión a nivel Nacional



En cuanto al sistema de transmisión por regiones, se puede ver que en la región Andina 26 radios emiten a través de F.M., 8 en A.M. y 11 en Internet. En la región Caribe 6 lo hacen en F.M., 1 en A.M. y 1 a través de Internet. En cuanto a la Amazonía y Pacífico 1, respectivamente, lo hace en F.M. y ninguna en A.M.



En la investigación no se ha podido realizar el análisis de las radios de las siguientes universidades:

- Universidad de Pamplona (Región Andina)
- Universidad del Cauca (Región Andina)
- Universidad Surcolombiana (Región Andina)
- Universidad de Nariño (Región Andina)
- Univesidad Tecnológica del Chocó (Región Pacífico)

Este hecho no invalida la investigación, pues se han analizado el 93,5% de las radios universitarias de la Región, perteneciente a instituciones de carácter público y privado, con emisión en A.M., en F.M y por Internet, así como radios con licencia de emisión Comercial y de Interés Público.

No se han podido analizar por la negativa o falta de respuesta en la solicitud de entrevistas y de documentación⁵⁹ o por seguridad, debido a las campañas y acciones de los grupos armados que obligaron a suspender el trabajo de campo.

⁵⁹ Anexos A-COM-2; A-COM-3; A-COM-4 y A-COM-5

9.1. Región Andina

9.1.1. Universidad Nacional de Colombia: UN Radio Bogotá, Un Radio Medellín y UN Radio Web

Fecha de análisis: 5 de agosto de 2013

La Universidad Nacional de Colombia fue creada en 1867 por medio de la expedición de la Ley 66 del Congreso de la República, como un ente universitario con plena autonomía vinculado al Ministerio de Educación Nacional, con régimen especial, de carácter público y perteneciente al Estado.

Cumple funciones no administrativas orientadas a promover, en nombre del Estado y bajo su fomento, el desarrollo de la educación superior; favorecer el acceso a ella y estimular la docencia, la investigación, las ciencias, la creación artística y la extensión.

Por su carácter nacional y para cumplir la misión de contribuir a la identidad de la nación en su diversidad, la Institución está constituida por ocho sedes.

9.1.1.1. Variable Empresarial y Organizativa

La Universidad, a partir de su dimensión corporativa y estratégica, tiene los siguientes fines⁶⁰:

- Contribuir a la unidad nacional, en su condición de centro de vida intelectual y cultural abierto a todas las corrientes de pensamiento y a todos los sectores sociales, étnicos, regionales y locales.
- Estudiar y enriquecer el patrimonio cultural, natural y ambiental de la nación y contribuir a su conservación.
- Asimilar críticamente y crear conocimiento en los campos avanzados de las ciencias, la técnica, la tecnología, el arte y la filosofía.
- Formar profesionales e investigadores sobre una base científica, ética y humanística, dotándolos de una conciencia crítica que les permita actuar responsablemente frente a los requerimientos y tendencias del mundo contemporáneo, así como liderar creativamente procesos de cambio.
- Formar ciudadanos libres y promover valores democráticos, de tolerancia y de compromiso con los deberes civiles y los derechos humanos.

⁶⁰ Anexo A-EST-01

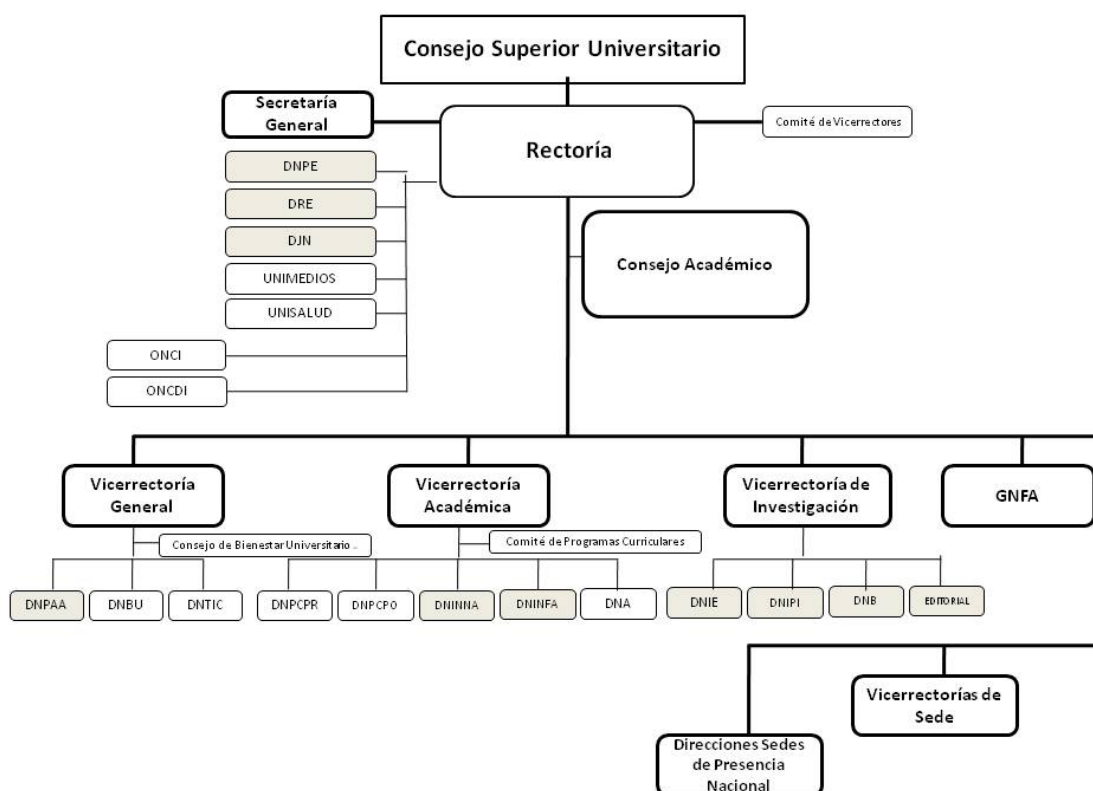
- Promover el desarrollo de la comunidad académica nacional y fomentar su articulación internacional.
- Estudiar y analizar los problemas nacionales y proponer, con independencia, formulaciones y soluciones pertinentes.
- Prestar apoyo y asesoría al Estado en los órdenes científico y tecnológico, cultural y artístico, con autonomía académica e investigativa.
- Hacer partícipes de los beneficios de su actividad académica e investigativa a los sectores sociales que conforman la nación colombiana.
- Contribuir a la promoción y al fomento del acceso a educación superior de calidad, a través de la cooperación con otras universidades e instituciones del Estado.
- Estimular la integración y la participación de los estudiantes, para el logro de los fines de la educación superior.

Su misión, como Universidad de la Nación, es fomentar el acceso con equidad al sistema educativo colombiano, promover la mayor oferta de programas académicos, formar profesionales competentes y socialmente responsables. Contribuir a la elaboración del proyecto de nación, estudiar y enriquecer el patrimonio cultural, natural y ambiental del país. Como tal lo asesora en los órdenes científico, tecnológico, cultural y artístico con autonomía académica e investigativa.

Para lograr algunos de los fines expuestos, la Universidad cuenta con una Unidad de Medios de Comunicación, denominada **UNIMEDIOS**, dependiente de Rectoría. Unidad compuesta por 4 áreas⁶¹:

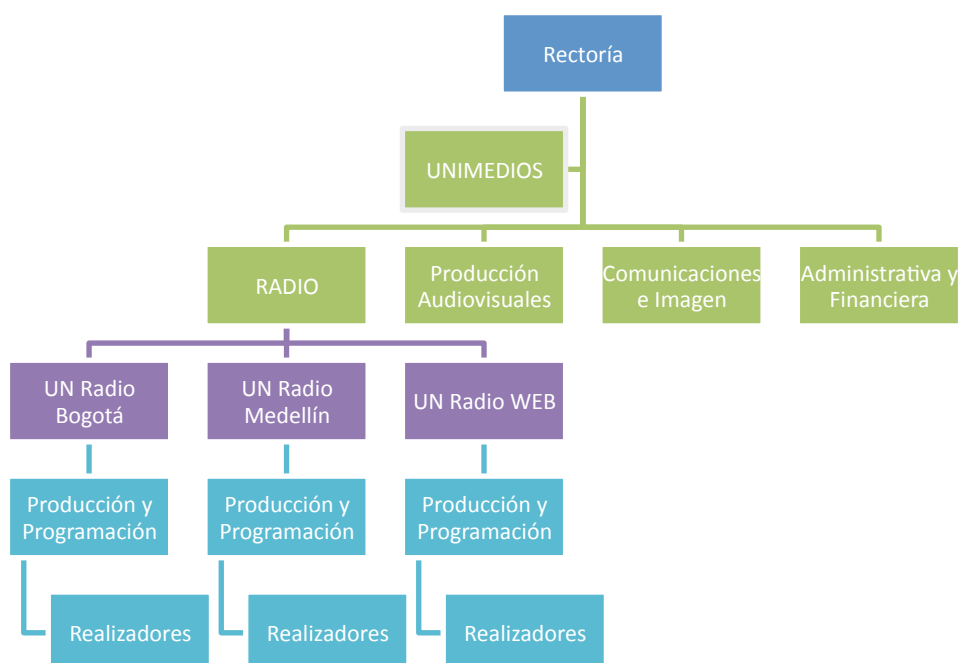
- Oficina de Producciones Audiovisuales
- Oficina de Radio
- Oficina de Comunicaciones e Imagen Corporal
- Unidad Administrativa y Financiera

⁶¹ Anexo A-ORG-01



Fuente: UNAL

De la Oficina de Radio dependen las tres emisoras de radio de la Universidad Nacional: UN Radio Bogotá, UN Radio Medellín y UN Radio Web, y, a su vez, cada medio tiene asignado un coordinador de producción y programación.



Elaboración Propia

En cuanto a su parte financiera, la universidad cubre el 100% de los gastos, si bien puede tener ingresos por auspicios o patrocinios contemplados por la ley.

Las emisoras de radios tienen como propósitos: la **extensión** y la **investigación**⁶². Las emisoras que emiten a través de radio frecuencia (UN Radio Bogotá y UN Radio Medellín) se plantean desde una perspectiva de “formación política” y “movilización ciudadana” a partir del análisis coyuntural y de la oferta de soluciones ante las problemáticas sociales. La emisora on-line, UN Radio Web tiene una concepción más académica, en la que se promueve la difusión científica para investigadores.

Por tanto, tiene dos objetivos:

- La influencia sobre una clase social con capacidad de toma de decisiones en el devenir político, económico, cultural, científico y artístico de la sociedad colombiana.
- La difusión y divulgación de la investigación.

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad Nacional de Colombia		Público	Nacional	3	Interés Público
Adscripción	Rectoría	Rector	Ignacio Mantilla Prada	Unidad	Unimedios
Director Radio	Carlos Emilio Raigoso – Jefe Área Radio Unimedios				
Nombre Emisora	UN Radio Bogotá; UN Radio Medellín; UN Radio Web				
Presupuesto	Mixta: Interna y Propia (patrocinios, auspicios)				
Objetivo	Extensión e Investigación				

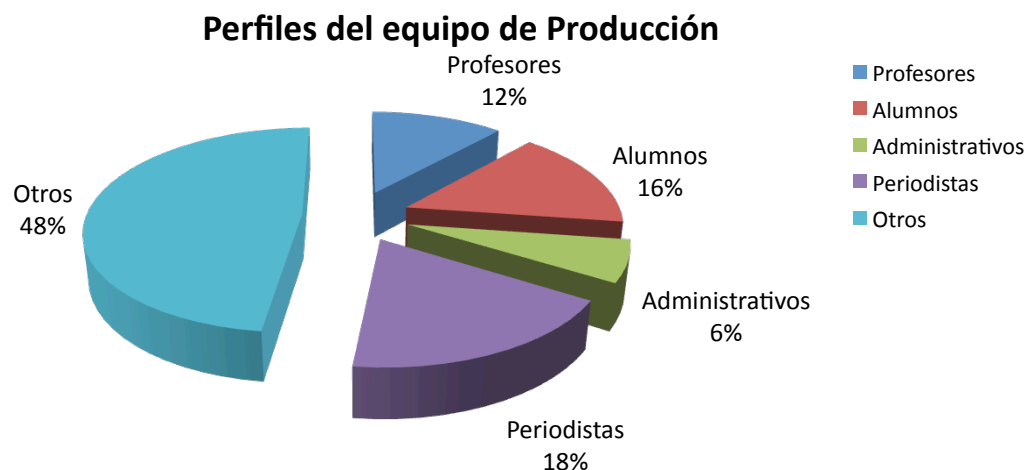
Elaboración Propia

9.1.1.2. Productiva

Unimedios suma un total⁶³ de **154 personas** trabajando en las tres radios. De los cuales el **12% son profesores**, el **16% alumnos**, el **6% administrativos**, el **18 % periodistas** y el **48%** tienen otro perfil o bien son **externos** a la institución universitaria.

⁶² Anexo A-ENTR-01A, A-ENTR-01B y A-TRANS-01

⁶³ Anexo A-PROT-01

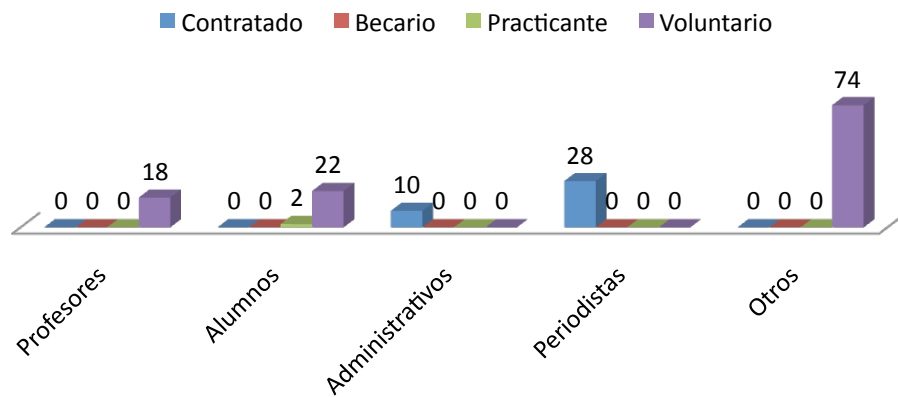


En cuanto al tipo de relación contractual que mantienen con las emisoras de radio, podemos apreciar que el **75%** son **voluntarios**, el **38%** **contratados**, el **2%** **practicantes** y no cuentan con **ningún becario**.



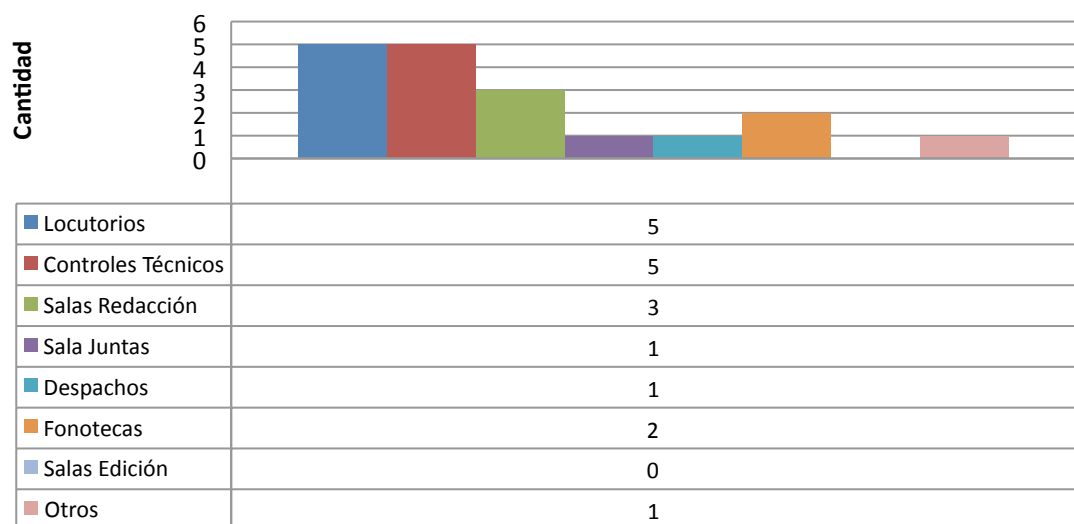
Ahora bien, ese tipo de relación por perfil se compone de la siguiente forma: de los **profesores**, el **100%** son **voluntarios**, de los **alumnos**, el **92%** son **voluntarios** y el **8%** son **practicantes**; tanto los **administrativos** como los **periodistas** son, en su totalidad, **contratados**.

Relación por Perfil

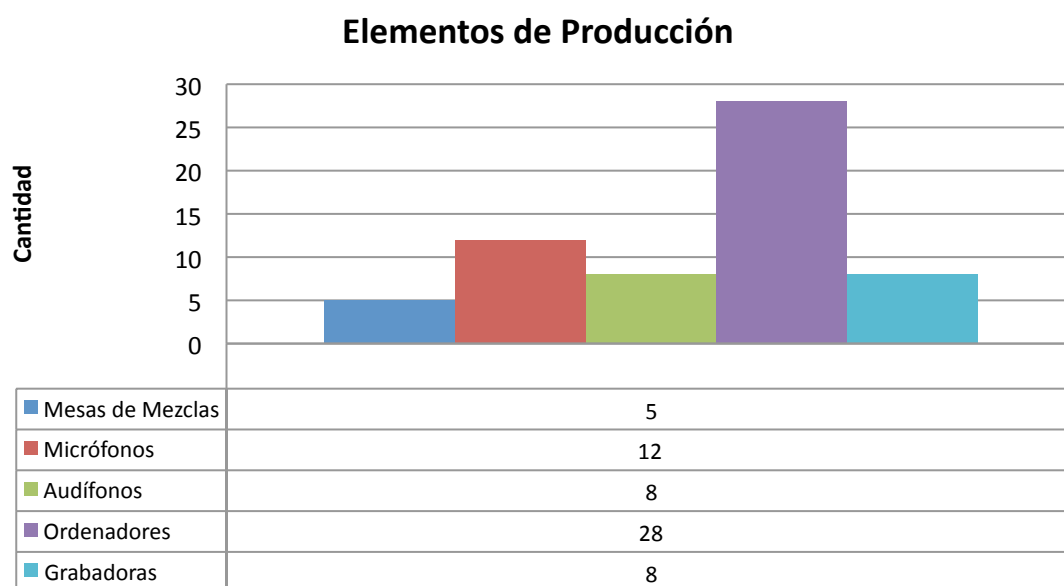


En cuanto a los espacios y elementos técnicos, las emisoras tienen una sólida estructura que les permite producir contenidos en las tres emisoras⁶⁴:

Espacios de Producción



⁶⁴ Anexo A-PROT-01



9.1.1.3. Programación y Contenidos

La programación de UN Radio Bogotá y UN Radio Medellín se elabora a través de Unimedios, quien convoca un comité asesor independiente para cada emisora, conformado por profesores de la institución universitaria. Ellos son los que plantean una serie de recomendaciones a partir de la identificación de necesidades y problemáticas. Por el contrario, UN Radio Web no cuenta con un comité de programación, pues ésta depende de las actividades planificadas por cada una de las facultades de la Universidad, pues esta plataforma, si bien tiene espacios musicales y emite contenidos de UN Radio Bogotá y UN Radio Medellín, se utiliza para transmitir eventos, congresos, seminarios⁶⁵, etc.

La programación, en las tres emisoras, tiene una concepción mixta, en la que se intercalan programas temáticos tipo mosaico, con franjas fijas programáticas de lunes a viernes. Si bien son emisoras son equipos de producción distintos, la programación tiene espacios propios y compartidos⁶⁶.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Sí	Sí	No	Sí	Fija	Sí	Sí

⁶⁵ Anexo A-TRANS-01

⁶⁶ Anexo A-PROG-01, A-PROG-02 y A-PROG-03

Los contenidos de UN Radio:

- **Jazz la Hora.** Programa musical que pretende guardar el sentido original del Jazz, el espíritu de lo popular, el aire de la barriada, la presencia del África ancestral en América y el ámbito de la tradición de los pueblos y su lucha. En este espacio se resaltan las obras de los jazzistas colombianos y se ofrecen las últimas novedades discográficas provenientes de todos los lugares del mundo, con tono refrescante, y privilegiando los sonidos de la periferia. En este espacio destacan los sonidos del jazz seminal, el jazz moderno y también la vanguardia y los nuevos nombres. De lunes a Viernes 1:00 p.m y repetición todos los días a la 1:00 a.m.
- **Oídos contemporáneos.** Al igual que la pintura, la escultura y la literatura de comienzos del siglo XX, la música que empezó a componerse en la Viena de esta época, incorporó diferentes maneras de organizar el material sonoro. Desplazó a segundos y terceros planos elementos históricamente protagonistas en la metodología clásica de composición musical y colocó como primarios a parámetros que hasta ese momento se habían conservado como complementarios. Aparecieron nuevos géneros y con ellos, nuevos códigos de comunicación. Esta música ha recibido genéricamente el nombre de “música contemporánea”, haciendo referencia no a un periodo histórico específico sino a una nueva y diferente metodología de composición musical. En Oídos contemporáneos se presentan obras de los compositores más representativos de este género, haciendo comentarios alusivos a su método de composición o dando alguna información biográfica. También hay programas en los que el énfasis está en el intérprete, que en este género, juega un papel preponderante. La intención del programa es difundir esta música que tan poco espacio tiene en las emisoras y de la que muy poco se consigue en las tiendas de discos locales. Esta música no excluye a nadie con oído abierto, dispuesto a escuchar cosas distintas de las ya conocidas. El programa está en el aire desde el 15 de mayo de 2003.
- **Bach.** Especial Bach. La producción de Bach comprende unas trescientas cantatas para el culto luterano, Pasiones, Misas, Motetes, Conciertos para diversos instrumentos, suites orquestales e instrumentales y una extensa producción para órgano. En el programa Johann Sebastian Bach: la Transfiguración Del Barroco se transmite la obra completa en estricto orden

cronológico, con comentarios musicales y notas biográficas, basados en las más importantes estudios críticos que hasta el momento se ha escrito sobre la vida y obra del compositor alemán. La música pertenece a la *Complete Bach Edition* del sello *Brilliant Classics*.

- **Música Antigua para el Siglo XXI.** Espacio musical que toma como derrotero el enigmático y misterioso mundo de la música antigua, tanto de la cultura occidental como oriental, recorriendo y caminando a través de su música y sus mixturas, considerando a su vez el contexto que la rodea y que ha servido de soporte para una creación sublime, espiritual y eterna. Domingos 9:00 p.m.
- **UN Análisis Franja Internacional.** Se inicia a las 5 de la mañana con Radio Francia. Posteriormente y desde la sede Bogotá (en directo) se hace un recorrido por el mundo, profundizando con internacionalistas. Se concluye la retrospectiva mundial, con Radio Nederland. Este espacio se retransmite a través de 87.9 FM Radio Aranduka, emisora de la Universidad Nacional de Asunción Paraguay. Lunes a Viernes 5:30 a.m.
- **UN Análisis.** Programa sobre política, sociedad, ciencia y tecnología, economía y cultura. Este espacio invita a los más destacados analistas del país y profundiza en temas que convocan a la Academia. Este programa ha sido reconocido por su trayectoria con varios premios de Periodismo y se ha valorado por la selección de los temas y profundidad. Concluye con un panorama de actividades de la Universidad Nacional y un vistazo local con sus protagonistas. Este espacio se retransmite a través de 87.9 FM Radio Aranduka, emisora de la Universidad Nacional de Asunción Paraguay. Lunes a Viernes 7:30 a.m.
- **La Nacional Cultural.** En este programa se transmiten las buenas noticias de la Universidad Nacional a través de sus aportes a la sociedad colombiana: libros, tesis, disertaciones, investigaciones y desarrollos de profesores, estudiantes, grupos de investigación y egresados de la Universidad. Lunes a viernes 9:00 a.m.
- **Repertorio Musical.** En el amplio panorama de la historia de las músicas que se reconocen como "clásicas", el programa Repertorio Musical se convierte en el momento para escuchar diferentes recorridos por géneros, maestros e intérpretes

de destacada presentación. Lunes a viernes 9:30 a.m. en Bogotá (98.5 f.m.)
Lunes a viernes 3:00 a.m. y 3:00 p.m. en Medellín (100.4 f.m.).

- **Tesituras.** Las voces, sus colores, pero sobre todo, sus diferentes texturas son las protagonistas en este programa que durante media hora, de lunes a viernes, se encontrarán en UN Radio. Un programa ecléctico, que explora las voces no sólo en el ámbito de las músicas académicas, sino en las diferentes expresiones del folclor mundial. Lunes a viernes 11:30 a.m.
- **DC Distrito Cultural.** Magazín que lleva a sus oídos la actividad cultural de la ciudad. Con secciones definidas, siempre se realiza en directo con invitados en cabina o por vía telefónica. Este servicio se ha complementado con la actividad cultural de las regiones colombianas. Lunes a viernes 12:30 p.m.
- **Otras Latitudes.** Espacio que difunde la música, las ideas y el pensamiento afrocolombiano desde la perspectiva de los creadores, los artistas, los investigadores y los escritores conocedores y/o artífices de los usos culturales del África. Un programa empeñado en resaltar la música y la cultura provenientes de las diversas regiones del continente africano y el influjo que su tradición ha representado en la contemporaneidad para la música y la cultura popular de todos los lugares del mundo. Lunes 2:00 p.m. - UN Radio 98.5 f.m. en Bogotá.
- **El Coloquio.** Programa centrado en el diálogo a través de personajes. Anécdotas, experiencias, tristezas y alegrías de personajes destacados. De lunes a viernes, a las 4 de la tarde.
- **Momento Musical.** Espacio para las novedades, rarezas y acercamiento a los músicos. Media hora de lunes a viernes con un programa que hace recorridos libres sobre las diferentes expresiones musicales, donde por momentos se realizan encuentros con los músicos y su creación. Lunes a viernes 4:30 p.m.
- **Travesía por las Músicas Colombianas.** La riqueza musical colombiana es el tema principal de Travesías por las Músicas Colombianas, abordando la temática desde la perspectiva que ofrece el estudio de diversas publicaciones, la investigación y el contacto directo con gran parte de los músicos invitados. Distinciones entre lo "Clásico" y lo "Popular" son omitidas para concatenar de manera lógica todo el panorama que conforma el entorno musical colombiano,

desde los primeros años de la colonia hasta las manifestaciones más recientes. Lunes a viernes 5:00 p.m. UM Bogotá y Medellín.

- **Disco Parlante.** Desde el caos excéntrico del Jazz y las músicas étnicas contemporáneas hasta los submundos de las sonoridades colombianas invisibles, el programa se presenta como un viaje sónico sin geografías definidas. Punk-jazz, vallenato, free, avant garde tropical, tuka, rasqa, klezmer, cumbia (lunática, colombiana, peruana), folk, banda pelayera, gamelán, rock 'n' roll, afrobeat, landó, swing, sefardí, carnática, funk, mambo, blues, tropicalia y ska. Lunes 18:00 horas.
- **Post – scriptum.** Es un programa realizado por el Centro de Estudios Sociales (CES), instituto de investigación inter y transdisciplinaria, adscrito a la facultad de ciencias humanas de la Universidad Nacional de Colombia. En este espacio el CES busca ponerse de cara a la sociedad compartiendo con el público en general, sus temas de investigación más relacionados con los problemas que enfrenta el mundo de hoy. Lunes - 7:00 p.m.
- **Voces Milenarias.** Este programa está dedicado a rescatar, valorar, y difundir los saberes y tradiciones de las culturas indígenas americanas.
- **Tintos y Tintas.** Programa donde se perpetua fonográficamente las voces de poetas, escritores, pintores, músicos y cineastas que hayan dejado una huella en las artes colombianas o dentro del panorama cultural y artístico nacional.
- **Diagnóstico.** Programa radial de la Facultad de Medicina donde la investigación de vanguardia en el área de la salud, sustentada en historias clínicas, controversia, debate y entrevistas, enseñan cómo vivir mejor, así como el estado actual de la medicina en Colombia y el mundo. Lunes 8:30 p.m.
- **Sonidos de la Memoria.** Programa temático sobre la historia contemporánea de América latina desde múltiples perspectivas: económicas, políticas, culturales y sociales.
- **Puertas Abiertas.** Espacio radial que se genera desde la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales para UN Radioweb. Este programa de discusión promueve y divulga los diferentes temas que hacen parte del quehacer académico como también trata temas de ciencia, tecnología, sociedad y cultura. Conducción: Mauricio Cardona. Jueves: 02:30 a.m., 8:30 a.m., 02:30 p.m., 8:30

p.m. por UN Radio Web. También por 98.5 f.m. UN Radio Bogotá los lunes a las 9:30 p.m.

- **Sonidos de Asia.** Del Rito a la Vanguardia. Géneros, instrumentos e intérpretes de la música ritual folclórica, clásica, popular y contemporánea de las grandes tradiciones de Asia. Realiza: Mauricio Martínez Rodríguez. Investigador de artes escénicas de Asia. Creador de la Enciclopedia Web de Artes Escénicas de Japón, la Enciclopedia Web de Artes Escénicas de Corea y la Enciclopedia Web de Artes Escénicas de India.
- **Rock de Vinilo.** La arqueología del rock. Esas canciones quizás "pasadas de moda" de grupos o artistas que en su mayoría ya no existen y cuyas composiciones con gran frecuencia no llegaron a ser éxitos de las listas, se encuentran para tender un puente entre estas, ya viejas manifestaciones musicales, y el público joven.
- **Mozart.** Programa serial musical sobre los detalles de la vida y obra de Wolfgang Amadeus Mozart.
- **Barroco.** Espacio radial que tiene como objetivo presentar las diferentes propuestas y aportes musicales durante los siglos XVII y XVIII, así como datos relevantes y de interés de los compositores más destacados de las diferentes escuelas musicales de Europa, en procura de mostrar su contexto histórico, social, religioso, cultural y político; así como la influencia ejercida por el pensamiento de la época en la música vocal e instrumental. Se presenta, para deleite del oyente, la música del período barroco en versiones de intérpretes de renombre a nivel mundial.
- **Tránsitos al Siglo XXI.** El programa conecta dos períodos en la producción musical contemporánea: 65-75 con 1995-2010 (30-40 años después). Descubre e invita a apreciar géneros diversos, conexiones e influencias entre estos a través de selectos ejemplos sonoros, de historias y anécdotas que crean un ambiente amable para degustar música. Las producciones musicales incluidas son las realizadas por individuos y grupos que aparecen y se consolidan alrededor de los años 70 (Progressive Rock, Kraut Rock, Berlin School), principalmente europeos, para empalmarlos a lo que hoy conocemos como Downtempo y sus diferentes movimientos (subgéneros) y denominaciones (Dance, Trip-Hop,

Ambient Dub, Downbeat, Chillout, Lounge, Inspirational, Drum & Bass, finales de los 90's-2010 Electrónica, etc.) La transición del siglo XX al XXI. Presenta Óscar Cerón. El enlace musical de los 70's al nuevo siglo. Del Kraut Rock al Downtempo Contemporáneo

- **Garage A Go-Go.** Espacio de intercomunicación cultural, donde se fomenta, impulsa y difunde el rock and roll, tanto nacional como internacional que surgió durante los años 50 y 60, un género conocido internacionalmente como "Garage" y dar a conocer todos los elementos culturales que encierra este género. Martes 6:00 p.m.
- **Diálogos Éticos Contemporáneos:** Reflexiones de prestigiosos científicos, artistas e investigadores sociales, sobre el quehacer ético en las diferentes áreas del conocimiento en el siglo XXI. Martes 7:30 p.m.
- **Lecturas Compartidas:** Lecturas Compartidas es un programa radial realizado por estudiantes de literatura de la Universidad Nacional de Colombia. Su principal interés es la formación de oyentes críticos y con capacidad de análisis frente al conocimiento literario, los temas, los problemas y las relaciones que éste plantea con otras disciplinas. Para ello, los autores y los textos abordados en cada emisión, son interpretados a la luz de las problemáticas con las que se enfrenta el lector contemporáneo. Todo esto, apoyado por las posibilidades expresivas y comunicativas propias de la radio. Los sonidos, la música, los silencios y la palabra se unen para construir un rico universo sonoro en cada emisión. Martes 20:00 horas.
- **Hipótesis:** Programa de la Facultad de Ciencias de la Universidad Nacional de Colombia, dedicado a tratar diferentes aspectos de la vida científica y académica de la universidad dentro del área de las ciencias naturales. Martes 20:30 horas.
- **Entre Grados:** Voces, prácticas y escenarios de la educación propone un recorrido por situaciones concretas, en múltiples narraciones, que conlleven a los oyentes a preguntarse y a reformular, con la nueva información, sus propias inquietudes sobre el sistema educativo. Es un proyecto que inicia con las actividades preliminares a la formación universitaria, y termina con las herramientas de evaluación administrativa y aporte de los profesionales a las empresas y a la sociedad. Martes 21:00 horas.

- **Enfoque.** Sin información del programa. Martes 9:30 p.m. 98.5 f.m. Bogotá
Miércoles 9:30 p.m. 100.4 f.m. Medellín
- **La Resistencia.** Programa dedicado a promover la música alternativa de Colombia y el mundo: experimental, electrónica, punk, low-fi. Música hecha por amor a la música, para expandir el espectro audible del oyente y jugar con el sonido. Martes 23:00.
- **Blanco y negro.** Homenaje a la Maestra Luz Ángela Posada.
- **Jazzez-Vous Français.** Espacio dedicado al Jazz contemporáneo francés. Novedades discográficas, selección de la programación de los más importantes festivales, recorridos a través de los estilos que componen el género, retrospectivas de los artistas o las colaboraciones que están escribiendo su historia. Inspiraciones y talentos de los escenarios europeos. Programa realizado por Sarah Marechal, en coproducción con la UN Radio, con el apoyo de la Embajada de Francia en Colombia.
- **La Memoria de la Nación.** La memoria de la nación es un espacio de 30 minutos, para conocer el Patrimonio Documental Étnico Colombiano, fondos documentales, Sistema Nacional de Archivos, así como planes, programas y proyectos que se tienen para todo el país y que el Archivo General de la Nación apoya y promueve.
- **Oye Cómo suena.** Ritmo y música vibrante al lado de los grandes soneros de la historia y las nuevas tendencias de la salsa.
- **Museos en Vivo.** Programa de la Dirección de Museos y Patrimonio Cultural (DMPC) de la Universidad Nacional de Colombia. Este espacio busca ampliar la accesibilidad pública al patrimonio cultural de la UN, proponiendo nuevos horizontes en la gestión del patrimonio cultural, concebidos en cultura científica, memoria histórica y conciencia ambiental para la sociedad.
- **La Palabra.** Dar a conocer los proyectos de investigación y docencia que adelanta el Instituto Caro y Cuervo, a través de esta emisora, dentro del concepto de apropiación social del conocimiento.
- **Libros Al Aire.** Espacio dedicado a los libros, el sector editorial y el fomento de la lectura. En él, dentro del marco "Letras convergentes, España-Latinoamérica"

el océano de por medio se convierte en un océano como medio para articular contenidos multilaterales, multiculturales y multiliterarios. Un compartir de voces abiertas y diversas que dan cabida a un diálogo de aprendizaje mutuo; a un enriquecimiento cultural a partir de realidades literarias, de lecturas, y de experiencias en torno al libro; de formas de pensar y de actuar frente a los temas más urgentes de la situación editorial en España y en Latinoamérica. Madrid 100.4 fm, Radio Círculo, martes 13:00 Hrs.

- **Hablemos de Física.** Tertulia entre dos profesores del departamento de física de la Universidad Nacional de Colombia en donde se conversa acerca de las múltiples instancias de la física en la vida cotidiana, así como de los temas actuales de investigación en esa ciencia natural empleando un lenguaje sencillo pero riguroso.
- **Transmisión Abierta.** Es un experimento entre la academia y el activismo que busca abrir espacios desde la Universidad Nacional de Colombia a experiencias, colectivos, individuos, proyectos que estén relacionados con la cultura libre, las nuevas maneras de creación y la comunicación alternativa. Las redes y las nuevas tecnologías más que meros instrumentos, han planteado un nuevo paradigma para la creación y la difusión donde viejas éticas de colaboración, horizontalidad y autogestión se han amalgamado con la velocidad y relativa democratización de las tecnologías digitales para ofrecer un panorama cultural en constante ebullición. La música con licencias abiertas, los fanzines y radios alternativas, el arte urbano, el activismo mediático entre otros se encuentran un dialogo transdisciplinar en Transmisión abierta. Un programa vinculado a la línea de arte y nuevas tecnologías de la Escuela de Cine y Televisión de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Colombia. Conspirado y conducido por Luis Fernando Medina Cardona con la colaboración continua y en evolución de muchas personas.
- **La UN Investiga.** Es un programa con temáticas de actualidad y desarrollo de las investigaciones académicas, con la intención de comprender el quehacer de los científicos y la aplicación de su trabajo. Para eso vincula los grupos de investigación de la Universidad Nacional de Colombia. Lunes, martes y miércoles - 7:30 p.m. UM Medellín y en UN Bogotá, los miércoles a las 9:30 p.m.

- **Presencia Centenaria.** En el marco del centenario del Conservatorio de la Universidad Nacional de Colombia, en este espacio se cuenta con un invitado semanal con el que se comparte buena música. Realiza: Federico Demmer Colmenares, Profesor Asociado del Conservatorio de Música de la Universidad Nacional de Colombia. Sede Bogotá.
- **Metal UN.** Espacio para la difusión de los sonidos novedosos del rock extremo. El espacio radial METAL UN dividirá sus emisiones mensuales en capítulos especializados para así tener mayor tiempo de tratar un tema propuesto. Semana 1: Actividades, eventos, conferencias y en fin todo aquello que puede interesar al público rockero. Semana 2: Dedicada a una banda de metal nacional con producción discográfica reciente. Semana 3: Estrenos y discografías internacionales. Semana 4: Músicas no Iluminadas: El carácter sociológico del rock extremo en la actualidad. Semana 5: Invitados - editorial Metal UN. Se emite por 98.5 f.m. Bogotá y 100.4 f.m. Medellín.
- **Grandes Pianistas del Siglo XX.** El sello discográfico Phillips y Steinway reconocida casa fabricante de pianos lanzó en 1999 la colección "Grandes pianistas del siglo XX" con las obras más representativas del repertorio musical escrito para piano. La colección completa se emite con notas biográficas y musicales de cada uno de los pianistas incluidos.
- **Música de las Religiones.** Espacio que invita al público a acercarse a la música religiosa tomando como base el conjunto de valiosos aportes que han legado intérpretes y compositores de todos los tiempos a éste género musical. El oyente puede encontrar en este programa una amplia gama de posibilidades que envuelve música vocal a capella, coral, instrumental de cámara y sinfónica, abarcando un largo periodo histórico, que inicia en la Edad Media. Se pone a consideración del oyente obras sacras de muy alto nivel en interpretación de reconocidos cantantes, instrumentistas, orquestas y directores. Este programa cuenta con la realización de Cristina Novoa.
- **La Mágica Música Celta.** espacio que pone en el folclor celta.
- **Discursos Sostenibles.** Los discursos del desarrollo y la sostenibilidad son el objeto de este programa temático de la UN Radio, programa que es avalado por el Centro de Investigaciones para el Desarrollo CID, de la Facultad de Ciencias

Económicas de la Universidad Nacional de Colombia. En lenguajes para la radio: las agendas sociales, las políticas, el crecimiento económico y el conservacionismo donde se reconozcan al otro y lo otro, son los temas emisión tras emisión.

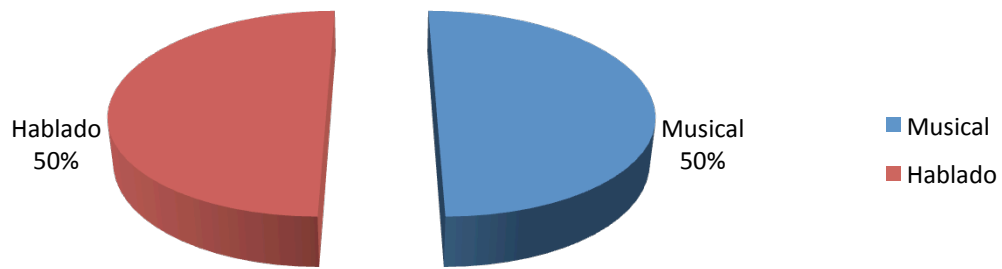
- **Gente de Colores.** Este programa busca dinamizar la relación entre las personas con discapacidad, sus familias y la comunidad, por medio de la comprensión integral de la situación, la participación proactiva y la información oportuna, adecuada y pertinente sobre acciones y servicios que crean espacios de intermediación. Jueves 19:30 horas.
- **Micrófono de Papel.** Producto radial de copiosa expresión literaria que incluye la producción de países como México, España, Uruguay, Perú, Colombia, Venezuela, Panamá, Argentina, Chile, Brasil, entre muchos otros. Este programa establece un estrecho contacto con grandes autores respaldados por editoriales nacionales e internacionales de gran prestigio. Con ellos se realiza una puesta en común de sus trabajos, desde géneros literarios como la crónica y la novela, a partir de la lectura real de sus textos, contextualizada bajo un montaje que corresponda a su realidad histórica y creativa a partir de la recreación de su espacio sonoro rico en voces, sonidos, y aquellos elementos que recrean en múltiples formas el trabajo del autor y en consecuencia la atención y permanencia del oyente.
- **Desde La Botica.** "Información para la decisión"... Es un espacio para la información independiente en temas de salud, medicamentos y otras alternativas terapéuticas. "Información para la Decisión" en diversos ámbitos, desde la selección de medicamentos en diferentes niveles de atención en salud, la decisión de prescripción de medicamentos o la decisión autónoma e individual de consumir medicamentos o no. Programa del Centro de Información de Medicamentos de la Universidad Nacional de Colombia (CIMUN), el Departamento de Farmacia y la Facultad de Ciencias. Jueves 20:30 horas.
- **Crónicas de un País.** Sin información. Jueves 21:00 horas.
- **Respuestas por Escrito.** Preguntas académicas, tesis laureadas; busca en cada emisión informar sobre trabajos académicos producidos en la Universidad Nacional de Colombia y en voz de los autores recapitular los procesos de

elaboración, evaluación y provecho de las tesis de grado que presentaron para optar a un título de posgrado, y que fueron distinguidas con la mención de meritoria o laureada.

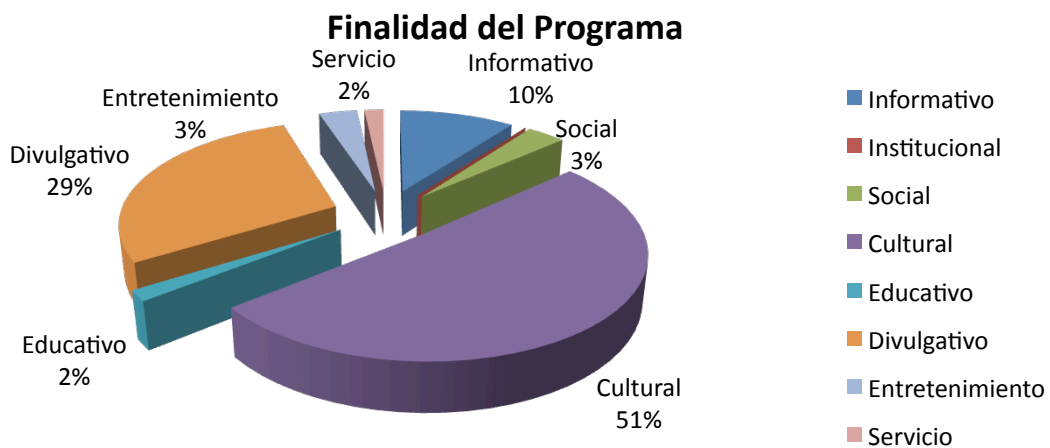
- **Inmerso.** El programa realizara una libre exploración de la música contemporánea académica reciente: quiénes la hacen y en qué escenarios se presenta. Realiza: Comité de prensa del Círculo Colombiano de Música Contemporánea (CCMC) y UN Radio. Jueves 10:00 p.m
- **Ríos de Babilonia.** Los sonidos del mundo desde sus diferentes latitudes y puntos de vista, la diversidad de géneros y testimonios son parte del cambio constante, con una propuesta de un mundo unido mediante de la música. Jueves 23:00.
- **Radio Francia Internacional.** Convenio de emisión.
- **Radio Nacional de España.** Convenio de emisión.
- **Voice of America.** Convenio de emisión.
- **Radio Nederland Wereldomroep.** Convenio de emisión.
- **Radio Audicione Italiana.** Convenio de emisión.

Por tanto, a partir del análisis de los contenidos emitidos por la red de radios de Unimedios (Bogotá, Medellín y Web), podemos decir que existe un equilibrio entre los contenidos musicales y hablados. En gran medida, esto se debe a que la Universidad Nacional de Colombia es la más grande del país y la principal generadora de conocimiento, con lo que integra al sistema de producción de Unimedios (en la que convergen las tres emisoras) toda la estructura académica de la institución.

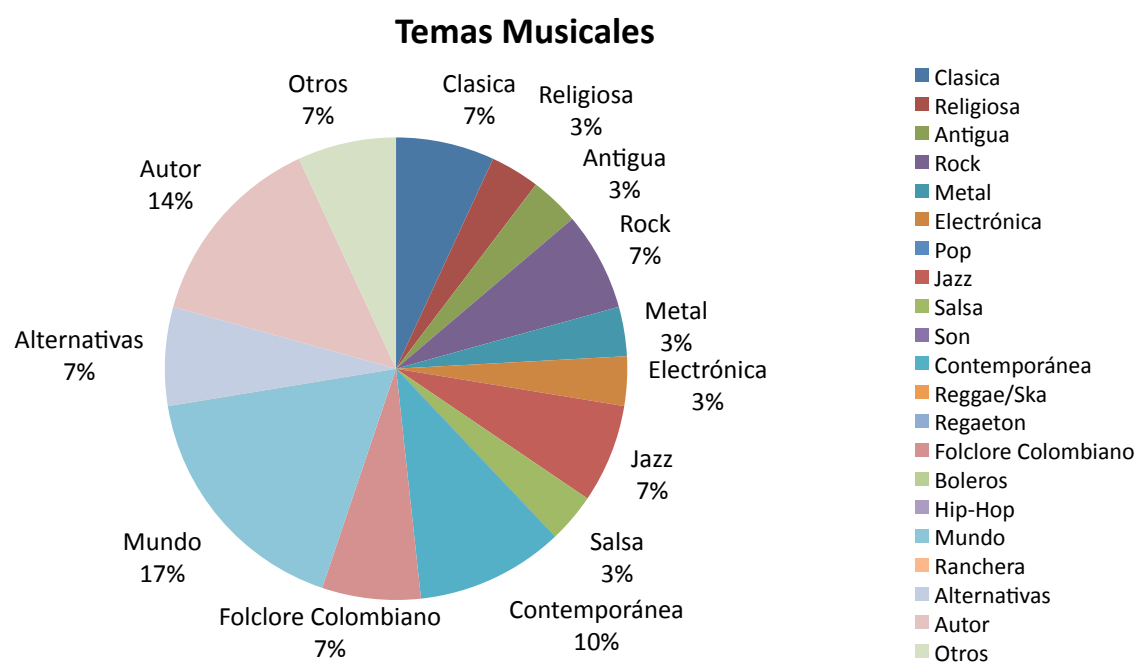
Tipo de Programa



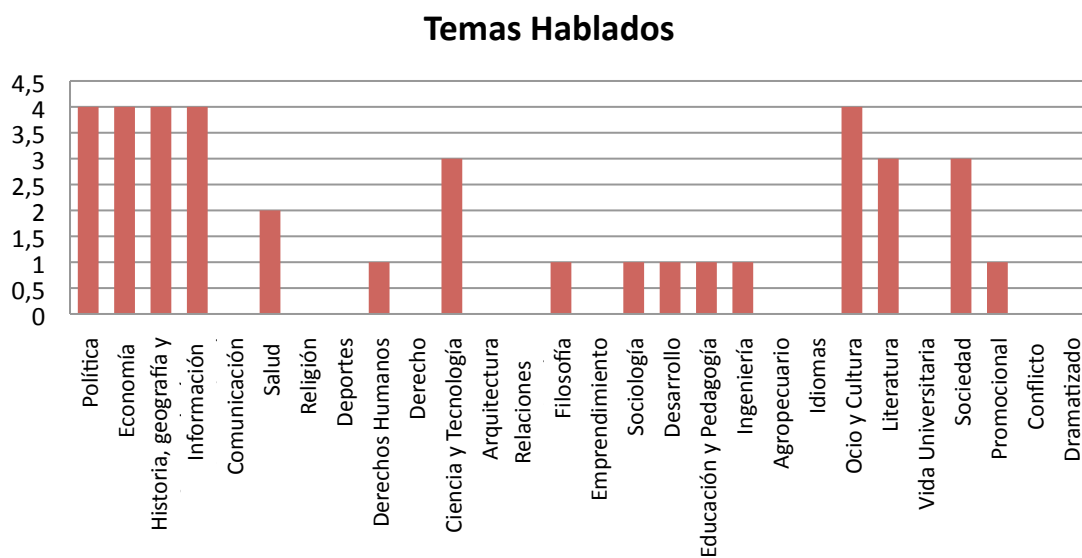
En cuanto a la finalidad de los programas, el **51%** tienen un objetivo **cultural**, seguido del **divulgativo**, con un **29%**; los programas **informativos** tienen un peso del **10%**, el **social** **3%**, el de **entretenimiento** un **3%** y el **educativo** un **2%**.



En los contenidos musicales, podemos apreciar que músicas del mundo tienen un peso del **17%** de los contenidos **musicales**, seguida de la música de **autor** y **compositores**, con un **14%**. En tercer lugar, con un **10%**, la **música contemporánea**. En cuarto lugar, con un **7%**, encontramos la **música clásica**, **regional colombiana**, **Jazz** y música **alternativa**.



En lo referente a los temas tratados en los programas no musicales, podemos apreciar que los temas más comunes tienen que ver con la política, la economía, la historia, la información de carácter internacional y el ocio cultural. Le siguen la literatura, la ciencia y tecnología y los temas sociales.



9.1.1.4. Distribución

La Universidad Nacional cuenta con tres emisoras de radio⁶⁷. Dos emiten por frecuencia modulada: 98.5 MHz y 100.4 MHz y tienen una licencia de Interés Público, Educativa Universitaria; y una por Internet, sin necesidad de licencia. Las dos que emiten por radio frecuencia, de forma simultánea, lo hacen en *streamign* por Internet mediante servidor propio, pero también mediante la plataforma Tunein Radio. Las tres cuentan con un servicio de *Podcast*.

La emisoras en FM 98.5 cubre Bogotá y municipios aledaños, llegando a unos 8.000.000 de habitantes; mientras que la 100.4 FM cubre la ciudad de Medellín y municipios aledaños, lo que supone una población aproximada de 4.000.000 de habitantes.

Las emisoras tienen presencia en Internet a través de la página <http://www.unradio.unal.edu.co/> y de las redes sociales como Facebook y Twitter. En este caso tanto a nivel institucional, como a nivel de programas. Si bien esto último no se produce en la totalidad de los programas. El que tengan, o no, depende de la voluntad de cada uno de los realizadores de los programas.

Radio Frecuencia										
Licencia		Frecuencia	Emisor	Antena	Categoría de Cubrimiento			Área geográfica de Cubrimiento	Satélite	
Interés Público Radio Educativa Hasta el 2017	98.5 Fm Bogotá 100.4 FM Medellín	Potencia	Altura	Zonal	Zonal Restringido	Local Restringido	-Bogotá y Municipios Aledaños	No		
		15 KW	2.930 msnm	X			-Medellín y Municipios Aledaños			
Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación	DINESAT	Propio	Externo	Winamp y Flash Media encoder	En la Web	Facebook y Twitter	Tunein Radio	Sí	No
128	MP3		1	1						

9.1.1.5. Difusión

A partir del análisis de los objetivos de la universidad y de las radios, de los contenidos, de los enfoques y fines de los programas y de las plataformas de distribución, podemos aproximarnos a un perfil tipo que se caracteriza por tener estudios universitarios y de

⁶⁷ Anexo A-PROT-01

postgrado, adultos con interés en temas de incidencia nacional, referentes a política, economía y cultura, así como en información internacional.

Si bien un gran porcentaje de los contenidos tienen una función divulgativa, el tratamiento de los programas, a raíz del protocolo de escucha, busca complementarse con los programas informativos, en la medida que la academia (divulgativo) se presenta como un ente capaz de brindar soluciones, desde la investigación y la extensión, al rumbo político y económico del país (informativo).

Por tanto, podemos decir que tienen dos grandes tipos de audiencia: gente con capacidad de toma de decisión en el devenir nacional (políticos, empresarios, intelectuales, etc.), para las emisoras en FM en Bogotá y Medellín, y académicos internos y externos a la universidad, para el caso de UN Web. En conclusión: la programación de UN Radio por radiofrecuencia tiene un objetivo de extensión social en pro del activismo sociopolítico, enfocado a personas con capacidad de toma de decisiones en el devenir de la nación, y la emisora web tiene como objetivo la divulgación científica y artística sobre el colectivo académico nacional e iberoamericano.

9.1.2. Universidad Javeriana: Javeriana Estéreo Bogotá y Javeriana Estéreo Cali

Fecha de análisis: 12 de junio (Cali) y 29 de Julio (Bogotá) de 2013

La Pontificia Universidad Javeriana es una institución de educación superior sin fines de lucro, de carácter privado, fundada y regentada por la Compañía de Jesús.

Es una persona jurídica de derecho eclesiástico, puesta bajo el patrocinio del Arzobispo de Bogotá y reconocida por el Estado Colombiano para su funcionamiento y expedición de títulos universitarios.

9.1.2.1. Variable Empresarial y Organizativa

Según los objetivos misionales y estatuarios de la Universidad Javeriana busca servir a la comunidad humana, en especial a la colombiana, procurando la instauración de una sociedad más civilizada, más culta y más justa, inspirada por los valores que proclama el cristianismo.

Tiene como fin específico la formación integral del hombre y la conservación, transmisión y desarrollo de la ciencia y de la cultura, trascendiendo lo puramente informativo y técnico”. La Universidad Javeriana busca contribuir a la elaboración y difusión de una auténtica cultura, en la que el saber metódico queda integrado con los más altos valores humanos, vivificados por la presencia del espíritu. Es factor positivo de desarrollo, orientación, crítica y transformación de la sociedad en que vive. La fe católica estará presente, actuante y visible en una concepción del hombre y del mundo iluminada por el mensaje de Cristo, transmitido y explicado por el magisterio vivo de la Iglesia y en contacto permanente con la Iglesia Colombiana de la que es parte viva y con la realidad nacional que aspira a perfeccionar. La confesionalidad de la Universidad Javeriana conlleva un compromiso por hacer efectivo el diálogo entre fe cristiana y cultura y entre fe cristiana y vida. El carácter de Pontificia reafirma para la Universidad el compromiso de fidelidad con los principios católicos que la inspiran y de respeto y acatamiento hacia las normas y orientaciones de la Santa Sede⁶⁸.

Como medio estratégico y herramienta que trabaja junto a otros elementos, la Pontificia Universidad Javeriana cuenta con dos emisoras de radio. Una en Bogotá, Javeriana Estéreo 91.1 F.M. y otra en Cali, Javeriana Estéreo Cali 100.1 F.M. Estas emisoras

⁶⁸ Anexo A-EST-02

tienen como objetivo ser un medio de formación y extensión cultural, al servicio de la comunidad universitaria y de la sociedad en general.

Si bien Javeriana Estéreo Bogotá y Javeriana Estéreo Cali comparten el mismo objetivo misional de la Universidad, cada una tiene cierta autonomía y se rige por reglamentos distintos. La emisora de Bogotá depende de la **Fundación Cultural Javeriana Estéreo** fundada por la Universidad en 1991, bajo la supervisión de la Vicerrectoría Académica, en la que el Rector de la Universidad nombra a los miembros de la Junta Directiva de la Fundación y al Director de la emisora; mientras que la radio universitaria de Cali está adscrita a la **Oficina de Comunicaciones**, dependiente de la Rectoría Seccional⁶⁹.

Javeriana Estéreo Bogotá tiene como objetivo ser un medio de formación y extensión cultural, al servicio de la comunidad universitaria y de la sociedad en general. En desarrollo de esta misión, la emisora busca expresar y difundir el pensamiento y el quehacer universitario, en coherencia con los objetivos específicos de la Pontificia Universidad Javeriana. Ofrece una programación que incluye programas de contenido informativo, académico y musical.

Ambas emisoras cuentan con una licencia de emisión Comercial, aunque sus misiones se identifican más con las emisoras de Interés Público, en la que se adscribe la Radio Universitaria. Ese tipo de licencia les permite mayores opciones de financiación. Tanto Javeriana Estéreo Bogotá como Javeriana Estéreo Cali funcionan con una financiación mixta: un porcentaje cubierto por la Universidad y otro porcentaje a través de publicidad y acuerdos comerciales y de servicios. En el caso de Bogotá:

- **Publicidad.** Transmisión de anuncios comerciales para dar a conocer productos y/o servicios, ofertas y promociones. (Para la Universidad Javeriana es un medio para divulgar la oferta académica). La pauta publicitaria puede emitirse mediante la modalidad de cuñas radiales o patrocinio de programas.
- **Alquiler de estudios.** Se cuenta con equipos y personal para la producción de audio.
- **Producción radia.** Producción de programas radiales de contenidos especializados para la Universidad y otras entidades.
- **Educación no formal.** Talleres de elaboración de libretos para programadores radiales, de locución. Prácticas para los estudiantes del énfasis de ingeniería de

⁶⁹ Anexo A-EST-02

sonido de la Carrera de Estudios Musicales de la Universidad Javeriana. Prácticas para estudiantes de la Facultad de Comunicación y Lenguaje con énfasis en radio.

- **Otros servicios afines** con la actividad radiofónica⁷⁰.

En cuanto a las estructuras organizativas de las emisoras, la de Bogotá es mucho más compleja, en la medida que tiene más autonomía que la de Cali. La emisora de la capital de Colombia está conformada como una fundación a través de la cual puede gestionar más recursos financieros. Concibe dos grandes áreas: programación y administración. Del área de programación se gestionan los contenidos y su vínculo con la universidad (coordinación programas académicos, coordinación programas informativos y periodísticos, coordinación musicales y magacín, redes sociales y web master). De la administración se desprende la coordinación de producción (dimensiones técnicas y de gestión humana), de mantenimiento, secretaría y conserjería.

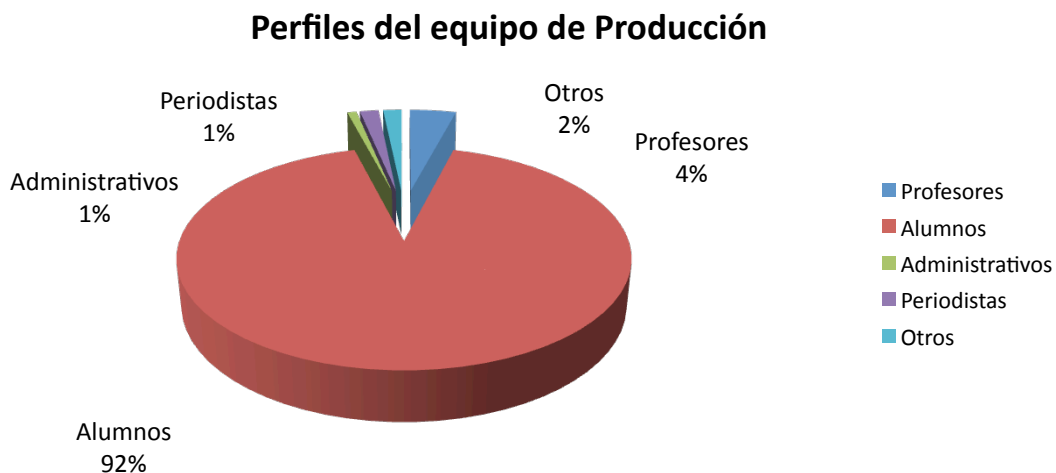
Por el contrario, la emisora de Cali, al depender de una instancia interna y directa de la Universidad, como es la Oficina de Comunicaciones, tiene una estructura más sencilla, puesto que forma parte del organigrama directo de la institución de educación superior. Su organización interna está compuesta por un director y tres áreas de coordinación (Producción, Grabación y Montaje y Operadores de Audio).

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Pontificia Universidad Javeriana		Privada	Regional	2	Comerciales
Adscripción	Bogotá: Fundación Cali: Rectoría	Rector	Jorge Humberto Peláez Piedrahita	Unidad	Bogotá: Fundación Cali: Comunicaciones
Director Radio	Bogotá: Guillermo Gaviria Cali:				
Nombre Emisora	Bogotá: Javeriana Estéreo Cali: Javeriana Estéreo Cali				
Presupuesto	Mixto: Institucional y Propia				
Objetivo	Extensión – Cultural				

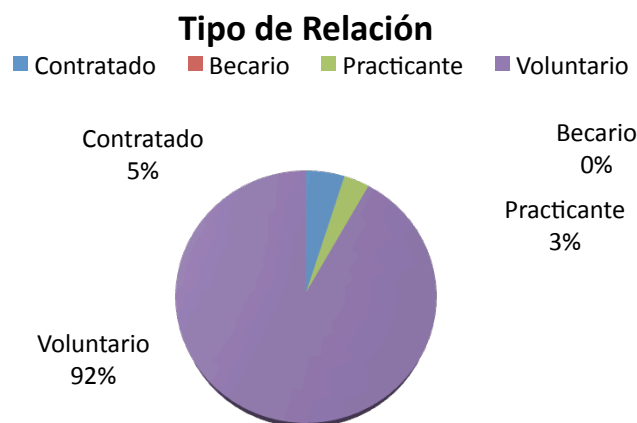
⁷⁰ Anexo A-TRANS-02

9.1.2.2. Productiva

Javeriana Estéreo Bogotá cuenta⁷¹ con **122 integrantes** en su estructura productiva, de los cuales el **92%** son **estudiantes**, el **4%** **profesores**, el **1%** **administrativos**, el **1%** **periodistas** y el **2%** restantes tienen **otra categoría** (servicios).



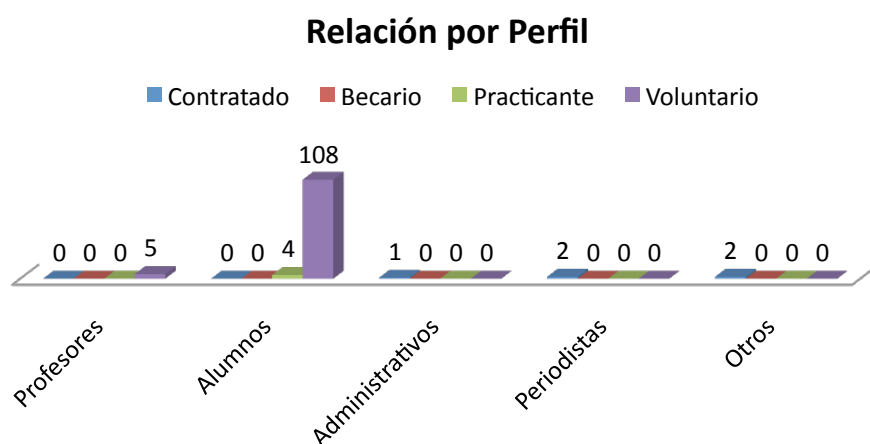
De las **122 personas** que forman parte de la emisora, el **92%** tienen una relación de **voluntariado**, el **5%** son **contratados** y el **3%** **practicantes**.



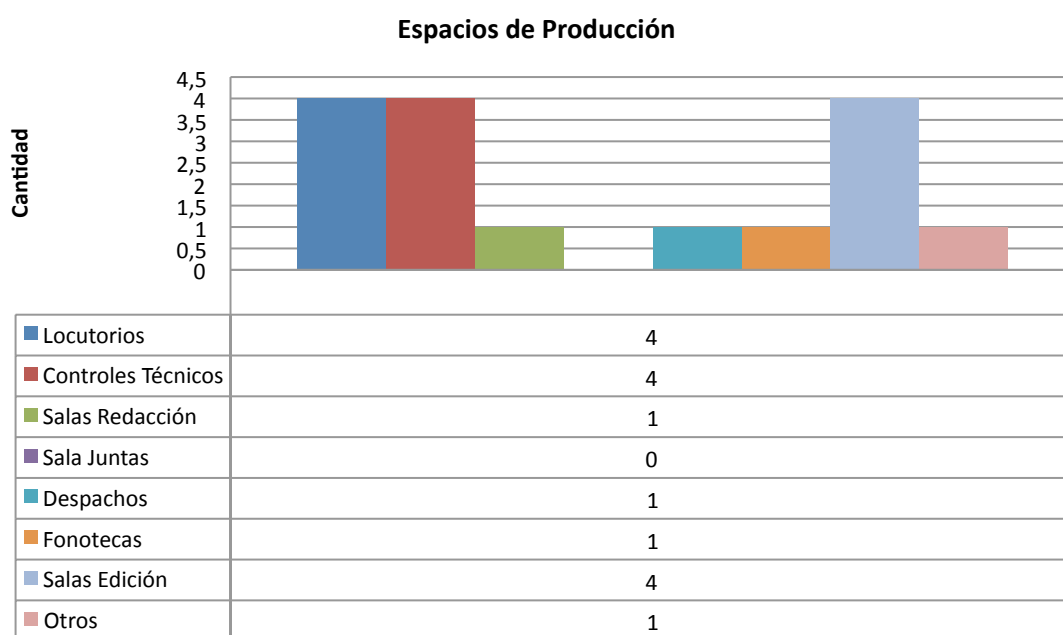
En cuanto al tipo de relación que mantienen los diferentes agentes que forman parte de la radio, el **92%** son **voluntarios**, el **5%** **contratados** y el **3%** **practicantes**.

En cuanto al tipo de relación que mantienen, según el perfil de los integrantes, podemos ver que la totalidad de los docentes son voluntarios; de los 112 estudiantes, 108 son voluntarios y 4 practicantes. Los periodistas y administrativos son contratados.

⁷¹ Anexo A-PROT-02

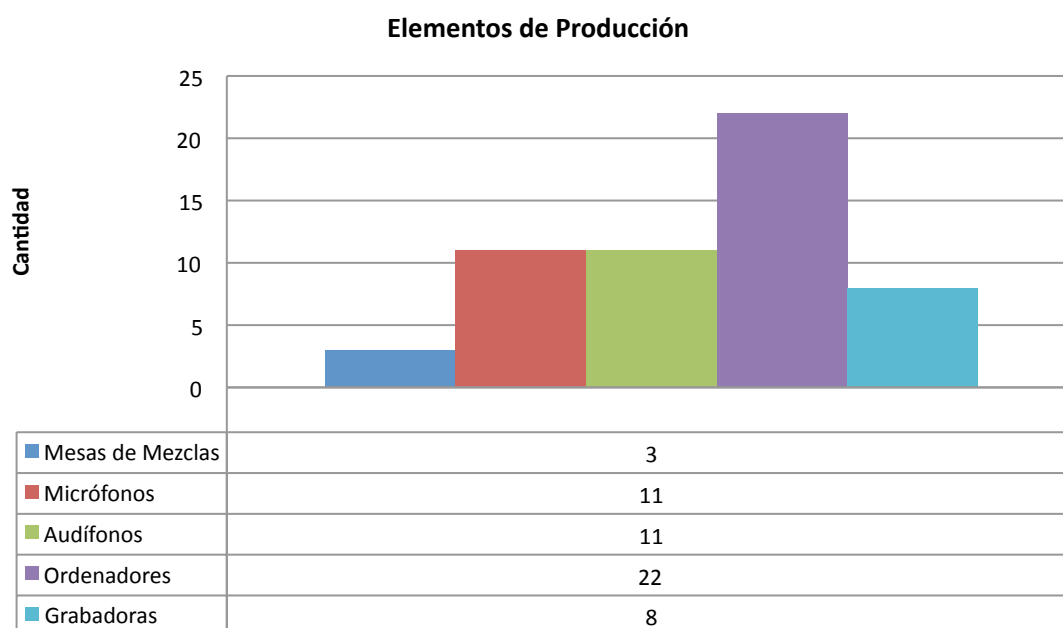


Javeriana Estéreo Bogotá cuenta⁷² una sólida estructura de espacios para la producción de contenidos: 4 locutorios, 4 controles técnicos así como 4 salas de edición, así como con una sala de redacción y una fonoteca.



Y como elementos técnicos de producción, Javeriana Estéreo Bogotá dispone de:

⁷² Anexo A-PROT-02



En cuanto a Javeriana Cali, sólo hemos podido observar los integrantes de planta. Es decir, el personal contratado ex proceso para desempeñar unas tareas específicas en la emisora de radio. Está conformada por 5 integrantes, todos comunicadores con una relación contractual laboral. Existe un determinado número de alumnos y realizadores externos que participan de forma voluntaria, pero el día de la visita no se encontraba ninguno y la emisora no ha facilitado los datos referentes a los perfiles y tipo de relación que mantienen con la emisora⁷³.

9.1.2.3. Programación y Contenidos

Javeriana Estéreo Bogotá cuenta con una programación 24 horas, de lunes a domingo⁷⁴. Se aprecian dos configuraciones programáticas: una de lunes a viernes, con franjas musicales intercaladas con programas y microprogramas de 30 y 15 minutos de duración; y otra de fin de semana (sábado y domingo) conformada por espacios de una hora de duración, en la mayoría musicales. La programación, en sus dimensiones estructurales, es fija. Los programas y píldoras de contenidos hablados son los que tienen mayor movilidad. No existe un comité formal de programación desde la dimensión productiva. Se plantea y aprueba en la Junta⁷⁵.

⁷³ Anexo A-PROT-03

⁷⁴ Anexo A-PROG-04

⁷⁵ Anexo A-ENTRE-02

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
No	Si	No	Si	Fija	Sí	Sí

En cuanto a los programas, Javeriana Estéreo Bogotá tiene⁷⁶:

- **Música para Colombia.** Espacio dedicado a difundir lo mejor de las expresiones tradicionales y las nuevas corrientes de las diversas regiones de nuestra patria. Los jueves están dedicados al folclor de las costas Atlántica y Pacífica, los viernes se puede apreciar lo mejor del folclor llanero y los restantes cinco días de la semana la invitada es la música de la región Andina.
- **Concierto de la Mañana.** Programa de música "clásica" de diversas épocas: desde el barroco temprano, hasta comienzos del siglo pasado, mezclando toda la variedad posible de géneros y agrupaciones instrumentales. Beethoven, Mozart, Chopin y sus grandes sonatas, sinfonías y conciertos en versión de los más importantes intérpretes del mundo.
- **Concierto del Medio Día.** Programa de música "clásica" de diversas épocas: desde el barroco temprano, hasta comienzos del presente siglo, mezclando toda la variedad posible de géneros y agrupaciones instrumentales. Beethoven, Mozart, Chopin y sus grandes sonatas, sinfonías y conciertos en versión de los más importantes intérpretes del mundo.
- **Jazz.** Espacio musical de temas que ya forman parte de la historia del Jazz. Músicos e intérpretes que han marcado una huella y jóvenes talentos que continúan interpretando el Jazz tradicional. Jazz acústico, relajado. Se puede escuchar a L. Armstrong, E. Fitzgerald, M. Davis, W. Marsalis, Ch.Parker, D. Ellington, T. Monk, B. Evans y Billie Holiday, entre muchos otros.
- **Brazil.** Este programa hace un recorrido por los más diversos géneros musicales del Brasil como la Bossa-Nova, el Samba, el Carnaval, los ritmos tradicionales y el Rock. Entre los artistas que se pueden escuchar en este programa se encuentran: Carmen Miranda, Tom Jobim, Gilberto Gil, Chico Buarque, Paralamas do Sucesos, Rita Lee, Gal Costa, Suba y Smoke City.

⁷⁶ Anexo A-PROG-02

- **Flamenco.** Las palmas, las guitarras y el canto jondo hacen parte de esta hora con los más representativos exponentes del arte musical gitano español. Se hace especial énfasis en las nuevas manifestaciones, tendencias y fusiones con géneros como el Rock, el Jazz y el Reggae. Algunos de los artistas que se programan aquí son: los Gypsy Kings, Paco de Lucía, Ketama, La Barbería del Sur, Camarón de la Isla, Pepe Habichuela, Carmen Linares, Ginesa Ortega, Los Mártires del Compás, Jorge Pardo y Chano Domínguez, entre otros.
- **Salsa.** En este programa se puede escuchar lo más representativo de la música afrocubana de todos los tiempos. Desde las primeras grabaciones realizadas en Cuba durante las primeras décadas de nuestro siglo, hasta las expresiones más modernas del género como la timba y el songo. Así como los grandes clásicos de todos los tiempos, lo mejor de la Pachanga, el Mambo y las Descargas, todo esto acompañado de datos e información, que le permiten al oyente acercarse a esta música más allá de la simple necesidad de bailar. Constantemente se programan ciclos especiales con los más destacados exponentes del género
- **Clásicos del Rock.** La historia, las historias y los protagonistas del Rock. Desde sus inicios hasta mediados de los 80. Todos los artistas, discos y temas que por su calidad y permanencia en el tiempo pueden denominarse "clásicos del rock": Elvis Presley, Bob Dylan, The Beatles, Supertramp, Elton John, Cat Stevens, The Police, Led Zeppelin, Pink Floyd y los Rolling Stones se encuentran diariamente en estos espacios.
- **Rock Contemporáneo – Rock 91.9.** Este programa, apartándose de los convencionalismos musicales, da paso a la experimentación y a la búsqueda de nuevas técnicas interpretativas y de composición de finales del siglo XX y la actualidad. El jazz de Jan Garbarek o John Zorn y ensambles clásicos como el Cuarteto de Cuerdas Kronos en la búsqueda de nuevas posibilidades para sus instrumentos. Ocupa un importante lugar en este espacio la música étnica-contemporánea, las diferentes fusiones y la denominada World Music.
- **Bolero.** Entrevistas exclusivas y grabaciones históricas de los protagonistas del Bolero, presentadas por uno de los mayores conocedores del bolero y la música afrocaribeña en el mundo de habla hispana.

- **Son del Caribe.** Un punto de reunión para los amantes de la Salsa, el Jazz latino, la música africana y en general el *filin* latino, caribeño y africano. Programa producido por Radio Universidad de Puerto Rico.
- **Música del Mundo.** El protagonistas en este espacio son las tradiciones folklóricas y autóctonas de todas las regiones del mundo. Se abordan los instrumentos y costumbres propios de Europa, Asia, África y América. Se exploran los inicios de ritmos que dieron origen a sonidos tan populares como el rock, el jazz o la música afrocaribeña. Un viaje a las raíces musicales de los pueblos y también a su evolución a través de los acentos contemporáneos de las mismas.
- **Costas de Colombia.** La música de las costas colombianas, sus diferentes ritmos como el porro, el merecumbé, la cumbia, el mapalé, el currulao y el vallenato, entre otros.
- **Caribe y Sol.** Espacio emblemático de la salsa dedicado exclusivamente a la rumba y la alegría. Son 5 horas y media de música ininterrumpida sin locución, sólo música, con lo más representativo de la música afrocubana de todos los tiempos. Desde las primeras grabaciones realizadas en Cuba durante las primeras décadas del siglo pasado, hasta las expresiones más modernas del género como la timba y el songo. Clásicos de todos los tiempos, lo mejor de la pachanga, el mambo, la guaracha, el son, el cha cha chá y las descargas, con los grandes exponentes del género.
- **Música Antigua.** Programa especializado en la música realizada entre los siglos XIII y XVII, con libretos que guían al oyente en su recorrido por estas lejanas épocas. Thomas Tallis, William Byrd, Luis Milán, Johannes Ockeghem etc.
- **Concierto Mazda.** Espacio de música "clásica" de diversas épocas, desde el barroco temprano, hasta comienzos del presente siglo, mezclando toda la variedad posible de géneros y agrupaciones instrumentales. Beethoven, Mozart, Chopin y sus grandes sonatas, sinfonías y conciertos en versión de los más importantes intérpretes del mundo.
- **Trapezio.** Es un espacio abierto a todas las músicas. Desde el canto gregoriano, pasando por la música barroca, clásica, el reggae, la salsa, la música étnica... hasta las tendencias más contemporáneas del jazz y el rock.

- **Desde el Trópico.** La música de Jamaica, tanto en sus formas clásicas, como en sus distintas variantes y ritmos antecesores: ska, mento, raggamuffin, soca y dancehall.
- **Blues.** Un género sobre el cual se construyeron las bases del rock y el jazz, pero que ha continuado con vida y alma propia. Sus principales protagonistas como Bessie Smith, Robert Johnson, Howlin' Wolf, Brownie McGhee, Muddy Waters, John Lee Hooker, B.B. King, James Cotton, Joe Louis Walker, Billy Branch, Kenny Wayne Shepherd y Jonny Lang, están presentes en este espacio.
- **Jazz Latino.** En este espacio se puede apreciar el trabajo de artistas que se han dedicado a combinar las armonías del jazz con la inmensa variedad de ritmos latinoamericanos como el mambo, la bomba y la cumbia. Algunos de los músicos que constantemente se pueden escuchar en este espacio son: Mario Bauzá, Chico O'Farrill, Tito Puente, Poncho Sánchez, Paquito D'Rivera, Eddie Palmieri, Carl Tjader, Gonzalo Rubalcaba, Danilo Pérez, Marc Ribot y Los Hombres Calientes, entre otros.
- **Concierto del Domingo.** Espacio de música "clásica" de diversas épocas, desde el barroco temprano, hasta comienzos del presente siglo, mezclando toda la variedad posible de géneros y agrupaciones instrumentales. Beethoven, Mozart, Chopin y sus grandes sonatas, sinfonías y conciertos en versión de los más importantes intérpretes del mundo. Hace especial énfasis en la música vocal y religiosa de todas las épocas y géneros.
- **Una guitarra, mil mundos.** Este programa se estructura teniendo a la guitarra como hilo conductor, alrededor de tres ejes temáticos: La guitarra clásica en la historia y en el mundo contemporáneo, La guitarra en las culturas y los instrumentos familiares cercanos de la guitarra.
- **Novedades Discográficas.** Programa donde se recomiendan algunos discos y se presentan recientes producciones discográficas salidas al mercado nacional e internacional.
- **Programa de la semana.** Retransmisión del programa que los oyentes consideren como el mejor o más interesante de la semana inmediatamente anterior.

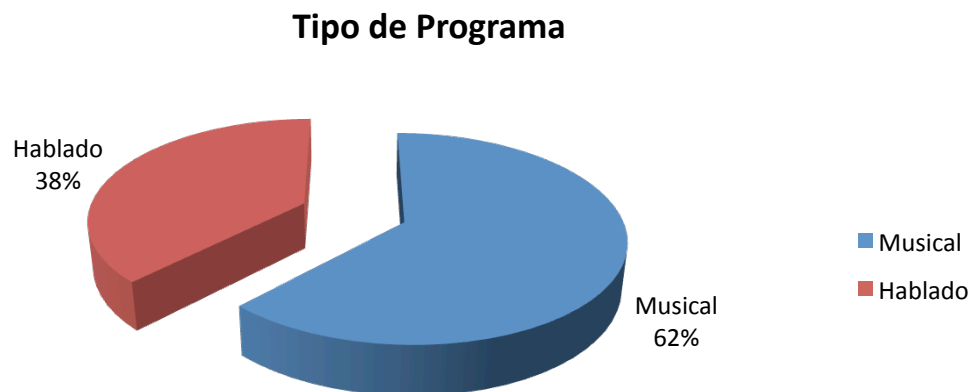
- **Tango.** Un recorrido por la historia y los protagonistas de este género musical. De Gardel a los más contemporáneos alumnos de Piazzolla. Testimonios y grabaciones históricas.
- **Bandas Sonoras.** Programa especializado en música hecha o seleccionada para las producciones cinematográficas.
- **Música Contemporánea.** Espacio que recrea exclusivamente las tendencias estilísticas propias de finales del siglo XX y comienzos del XXI. Aquí se pueden escuchar obras de Bartók, Boulez, Hindemith, Ligeti, Stockhausen, Philip Glass y la más jóvenes figuras.
- **Seminario Médico.** El contenido de este programa deberá responder por lo que su lema “cultura médica al alcance de todos” pretende alcanzar. Su conductor debe hacer énfasis en asistir a cada programa con expertos médicos en diversas áreas de la medicina para evaluar los problemas de esta disciplina que hacen parte del interés colectivo de una sociedad que está vulnerable a cualquier tipo de inquietudes médicas. El programa se ha caracterizado por mantener un estilo sobrio y sereno con los temas que se evalúan manteniendo una línea explicativa breve y crítica ante diversos aspectos médicos tanto personales como de coyuntura noticiosa.
- **Consultorio Financiero.** Este programa tiene como objetivo hablar de temas económicos y monetarios que involucran la vida cotidiana de muchos colombianos y de la vida en general. El programa ofrece miradas expertas ante las dificultades económicas que son cotidianas o asuntos que tal vez pueden llegar a interesar en algún momento.
- **Magazín 91.1.** La información sobre el acontecer cultural en Bogotá. Las notas aluden a montajes teatrales, conciertos, exposiciones en las galerías más prestigiosas de la ciudad, novedades editoriales y discográficas y recomendados de la programación de la emisora. Además entrevistas en vivo con destacados personajes de la cotidianidad cultural e informes internacionales de Radio Francia, Radio Nacional de España, Radio Nederland, la Deutsche Welle y la BBC de Londres.
- **Música y Literatura.** Este programa es el vínculo entre la música y la literatura a través de la historia.

- **Cristianismo al Día.** Programa que se emite desde 1983, está orientado al tratamiento del tema religioso desde una perspectiva crítica y moderna, a partir de la Teología Católica contemporánea, marcada por las orientaciones del Concilio Vaticano II. Realizado por el Padre Alberto Múnera de la Compañía de Jesús.
- **Alto Voltaje.** Programa dedicado a dar a conocer diferentes temáticas de la vida estudiantil, realizado por estudiantes de la Facultad de Comunicación y Lenguaje
- **Portal Javeriano.** Espacio radial donde se propone contar a la audiencia, de una manera amena y periodística, la diversidad de saber y producción cultural e intelectual de los diversos espacios de construcción del saber en la Universidad Javeriana. Es un reportaje a la vida cultural y académica de la Universidad, a las investigaciones, reflexiones, hechos y proyectos, a los protagonistas y personajes destacados de la comunidad universitaria.
- **Javeriana.edu.** Programa radial cuyo propósito es dar a conocer las diferentes ofertas académicas en posgrados y especializaciones de la Universidad Javeriana
- **Conversaciones sobre Economía.** Programa que ahondar en temas de coyuntura económica de impacto internacional y nacional. Bajo el ambiente de un café, Cesar hace que sus invitados establezcan una conversación lúdica y entretenida en los temas económicos que serían tediosos en conceptos profesionales pero que en la charla de treinta minutos son aclarados de forma amena y explícita para la audiencia.
- **Ciencia Curiosa.** Es el programa que sale de los estereotipos de los otros programas de la franja ya que se desarrolla mediante una dinámica de crónica. Con la narración de Giovanni su realizador y una voz femenina, el programa se torna muy interesante de inicio a fin ya que el hilo conductor de las historias, su escritura y el acompañamiento musical permiten que el oyente de transporte a la situación y realidad de la historia contada. Los temas que se abordan en este programa siempre son interesantes ya que aunque no hagan parte de una coyuntura específica, siempre impactaran por su forma de ser contadas y curiosidades poco conocidas de los temas.

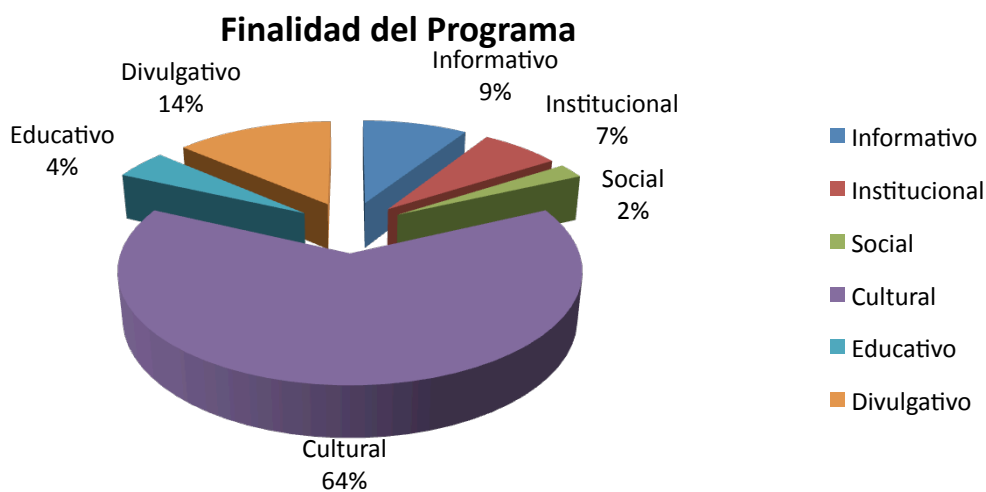
- **Miradas a Bogotá.** El objetivo de este programa es hablar acerca de la infraestructura arquitectónica y de diseño en temas recientes y de interés general. Iluminación, tecnologías, movilidad y grandes ciudades son los temas que aborda este programa llevando la arquitectura y el diseño a ser considerado un tema que nos incumbe a muchos. La arquitectura como bien se evidencia en el programa es abarcada desde muchos puntos de vista que no mantienen un solo hilo conductor sino que atraviesan por las múltiples ocupaciones de esta disciplina en el ámbito rural y urbano especialmente.
- **Hologramas Sociales.** El objetivo de Hologramas sociales es entablar conversaciones de índole social que abarquen todo aspecto de desarrollo y de implicaciones económicas, políticas, culturales, históricas, entre otras. El programa se desarrolla iniciando con una introducción dada por Margarita Tascón quien aborda el tema y a los invitados que harán parte de la discusión del día. Los programas se emiten por series de temáticas. Con una introducción dan paso al desarrollo de preguntas, respuestas y conversación acerca del tema donde el conductor que ocasionalmente cambia dirige las preguntas y la temática. En la mitad del programa la conductora realiza una descripción del personaje en lo profesional y académico y se retoma la segunda parte de la entrevista. Para el último segmento del programa Margarita retoma un lo que se ha discutido en los dos primeros segmentos e introduce la parte final del programa que continúa con la discusión y preguntas al invitado y finaliza con una pregunta que no abarca una conclusión puntual.
- **Entre Libros.** Este programa tiene como objetivo ahondar en el tema de los textos, los libros y las publicaciones con el fin de fomentar la lectura y el conocimiento de nuevos textos y espacios de divulgación literaria. El formato que maneja Entre Libros está dividido en dos segmentos, cada uno de 5 minutos. En el primer fragmento del programa se establece una entrevista con algún personaje que haga parte de la escritura ya sea por su condición de experto, autor o estudiante y se aborda el análisis de alguna obra literaria recién publicada o tradicional. En la segunda parte del programa se habla de librerías y editoriales. En cada uno de los programas estos invitados representantes cuentan qué hacen y en lo que se especializan, hablan de su trayectoria y de sus proyectos editoriales.

- **Investigación de Impacto.** El objetivo de este programa es hablar acerca de los trabajos de grado de los estudiantes de posgrados de la facultad de ingeniería y de ciencias básicas. El programa lo conduce Manuel Franco con ayuda de los tutores de cada uno de los estudiantes de posgrado, quienes exponen de forma simplificada y concisa la temática de sus trabajos. De esta forma, no solo se realiza un trabajo de información para el oyente sino que también el estudiante logra comprender con ayuda de su tutor las dinámicas más importantes de su investigación.
- **Prende y Emprende.** El objetivo de este programa es contar de qué forma javerianos y otros miembros de universidades colombianas, ya sean egresados, docentes o estudiantes, realizan proyectos de emprendimiento que han tenido un impacto en el mundo de negocios y que han surgido por iniciativas universitarias. En la dinámica del programa se inicia con una introducción acerca del personaje con el que se hablará, su experiencia y trayectoria que ha iniciado con emprendimiento y qué ha alcanzado. Se realiza un abordaje del tema que es desarrollado en pregunta y respuesta del conductor del programa y el entrevistado quienes conversan de los logros y del camino emprendedor que ha tenido que forjar.
- **Las Cosas que Pasan.** Espacio radial informativo y de análisis que busca generar un encuentro cercano entre las noticias y los oyentes a través del análisis por parte de académicos y protagonistas de los hechos. Tiene un Alto contenido de información nacional, regional, local, hechos del mundo, medio ambiente, salud, cultura y temas de interés ciudadano. Es un espacio de extensión del trabajo académico de la Universidad y de proyección de su comunidad académica, que ofrece información objetiva y calificada a la ciudadanía quien fijará su posición frente a los sucesos. Con el abordaje de cada tema se ofrece un gran potencial para ampliar la divulgación general de los desarrollos académicos de la Universidad. Este aporte académico, se constituye en el elemento diferenciador como informativo radial y en un valor agregado importante, dentro de las opciones de programas similares que existen hoy en día en el dial de la ciudad.
- **Primera Página Radio.** Programa radial informativo de carácter económico.

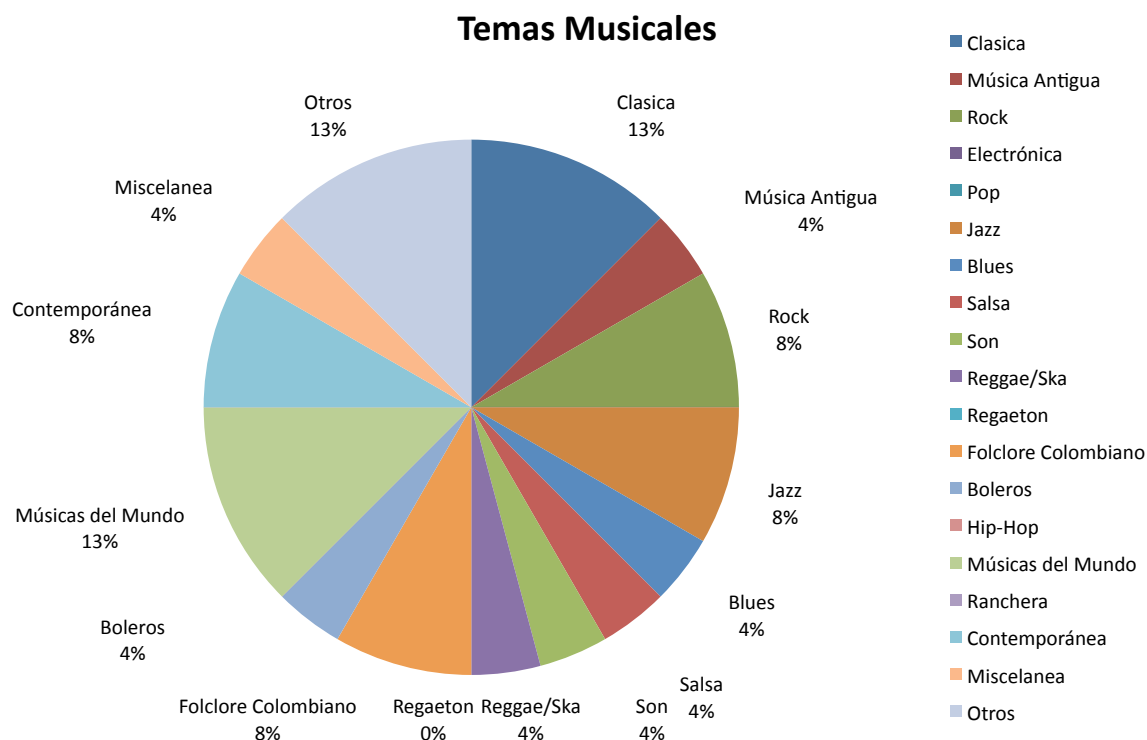
Por tanto, según el tipo de programa de Javeriana Estéreo Bogotá, el **62%** de los contenidos son programas **musicales**, frente al **38%** que son **hablados**.



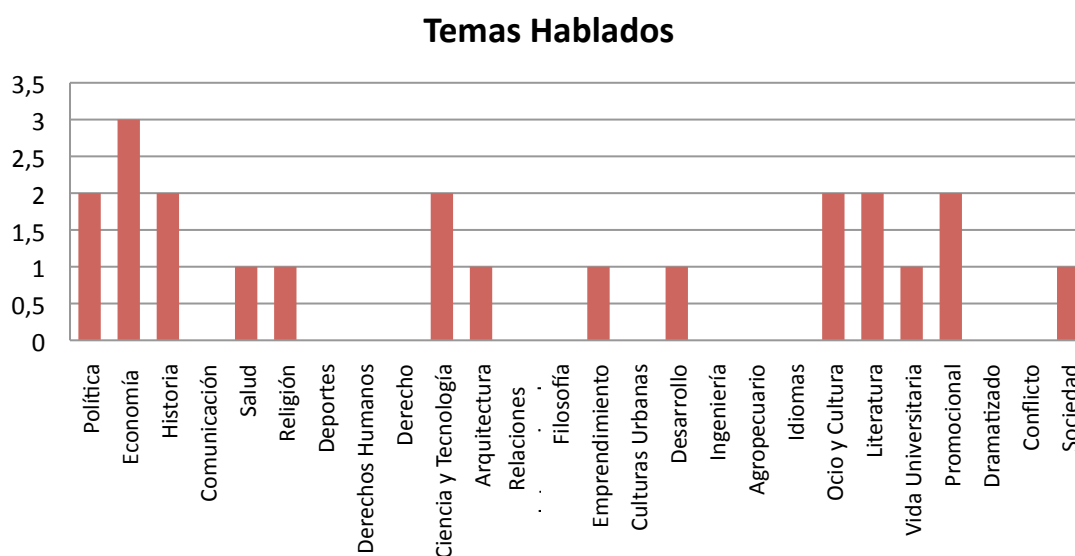
En cuanto a la finalidad de los programas, el **64%** tiene un objetivo **cultural**, seguido por el **divulgativo**, con un **14%**, el **informativo**, con un **9%**, el **institucional** con un **7%**, el **educativo** **4%** y el **social** **2%**.



En cuanto a los **programas musicales**, en Javeriana Estéreo Bogotá imperan las **músicas del mundo** y la **música clásica** con un **13%**, le siguen con un **8%** **música contemporánea**, **folclore colombiano**, **Jazz** y **rock**, y con un **4%** el **Blues**, el **Son**, la **música Reggae** y derivados, **Boleros** y **variada**. Hay un 13% restante catalogado como otros que contiene programas temáticos centrados en instrumentos, el Tango, etc.



En cuanto a los temas tratados en programas de carácter hablado, encontramos una serie de programas temáticos donde hay una clara especialización de contenidos, como el de medicina, el de religión, el de historia, pero nos encontramos con otros que tocan temas transversales, como la política, la economía, los derechos humanos y relaciones internacionales, etc. No obstante, podemos ver que imperan ciertos contenidos sobre otros: el que más se trata es el de temas **económicos**, seguido del de **ciencia y tecnología, ocio y cultura, política y promocionales**.



La programación de Javeriana Estéreo Cali⁷⁷ es de 24 horas de lunes a domingo, también con dos grandes bloques programáticos: uno de lunes a viernes, en el que se intercalan franjas semanales, con espacios temáticos diarios. Estos últimos se concentran en horarios de tardes (entre las 18 y las 21 horas); y otra de fin de semana estructurada en bloques programáticos.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Sí	Sí	No	Sí	Fija	Sí	Sí

En cuanto a los contenidos, los programas que maneja Javeriana Estéreo Cali son:

- **El Anticuário.** Espacio donde se presentan las agrupaciones más representativas del Rock'n'Roll al igual que las reseñas de los grupos y sus trayectorias.
- **Estilo y ritmo.** Dos fanáticos de los clásicos del rock sostienen una animada conversación que puede llevarse a cabo en cualquier parte, a cualquier hora, lo que permite que se logre toda informalidad que se identifica con el género y los presentadores. En muchos casos el espacio empieza con unas cuantas pistas que pretende que los oyentes identifiquen el grupo al que se va a dedicar el espacio de 2 horas. Poco a poco se introducen los grupos y su producción musical. También participan invitados especiales que forman parte activa del ambiente del rock caleño.
- **Jazz Clásico.** Es un espacio radial en el que se difunden las creaciones musicales de los artistas más representativos del Jazz de todos los tiempos. Louis Armstrong, John Coltrane, Miles Davis, y Billie Holiday, entre otros.
- **Moleque Sacana.** Programa donde se escuchan los mejores exponentes de la música popular brasileña. Incluye los más representativos artistas de diversos subgéneros como la samba, el bossa nova, los ritmos del Nordeste, el axé, algo del rock brasileiro. Grandes clásicos como Chico Buarque, Tom Jobim, Elis Regina, Joao Gilberto, Rita Lee, Caetano Veloso, Beth Carvalho o los nuevos clásicos como Maria Rita o Ivete Sangalo.
- **Audición Latina.** Programa dedicado a la difusión, promoción y presentación de la manifestación cultural, social y musical conocida como Latín Jazz o Jazz

⁷⁷ Anexo A-PROG-05

Latino, a partir de noticias, entrevistas, información y todo lo relacionado con el presente musical y la vigencia cultural del Jazz Latino. Su principal objetivo es recorrer a través de las diversas realizaciones musicales de reconocidos artistas como Bebo Valdez, Mario Bauza, Frank Grillo “Machito”, Candido Camero, Cal Tjader, Tito Puente, Paquito D Rivera, Dave Valentín, Héctor Martignon, Eddie Martínez, Ray Barreto, entre muchos otros, la historia de una manifestación cultural que es ejemplo vivo de los grandes aportes de la presencia latina en los Estados Unidos y su posterior desarrollo como manifestación musical popular a lo largo y ancho del mundo entero.

- **Clásicos Sonidos.** Es un espacio cuyo objetivo es la difusión de las obras maestras de la música clásica de todos los tiempos.
- **Conexión 2 a 4.** Programa cuyo objetivo es difundir los eventos culturales más destacadas de Cali y la región (obras de teatro, recitales, exposiciones, etc.), donde se entrevistan a las personas encargadas de la realización de las actividades.
- **La Caja de Pandora.** Magacín cultural en el que se abordan diversos temas relacionados con la música del mundo, la literatura, el cine y el arte en general. Su formato es mediante entrevistas con personajes involucrados en el quehacer artístico y cuyas obras son resaltadas en este programa.
- **Momentos de Reflexión.** Programa que lleva a los oyentes a interiorizar y a buscar respuestas a través de un discernimiento que se plantea en pequeños programas de anécdotas e historias. Cada programa lleva consigo la posibilidad de ayudarnos a confrontar nuestra vida.
- **Pacific Tronic.** Programa dedicado a la difusión, promoción y presentación de la manifestación cultural electrónica, acompañado de noticias, entrevistas, información y todo lo relacionado con el presente musical y la vigencia cultural. Su principal objetivo es recorrer a través de las diversas realizaciones musicales de reconocidos artistas como Bebo Valdez, Mario Bauza, Frank Grillo “Machito”, Cándido Camero, Cal Tjader, Tito Puente, Paquito D Rivera, Dave Valentín, Héctor Martignon, Eddie Martínez, Ray Barreto, entre muchos otros, la historia de una manifestación cultural que es ejemplo vivo de los grandes

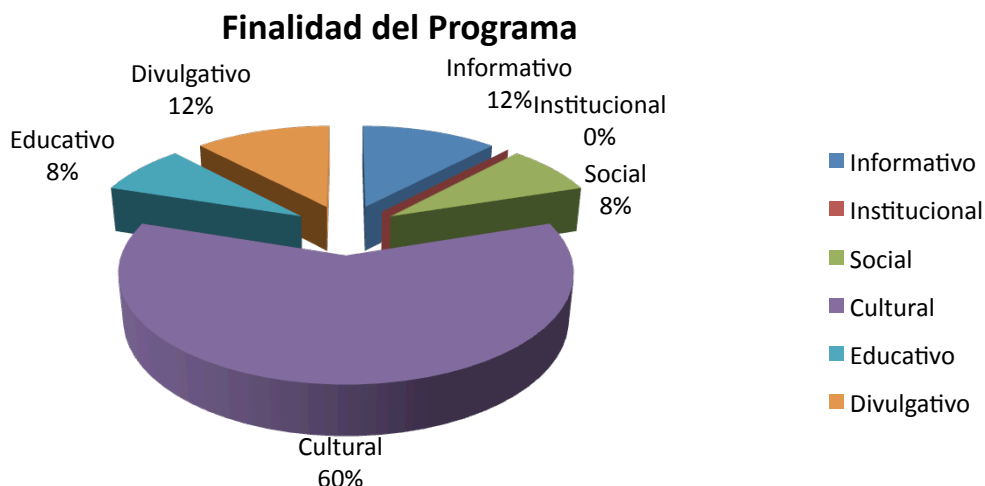
aportes de la presencia latina en los Estados Unidos y su posterior desarrollo como manifestación musical popular a lo largo y ancho del mundo entero.

- **Panorama.** Programa que difunde a manera de resumen, las noticias más destacadas de Cali, Colombia y el mundo. Algunas secciones del espacio son: Noticias nacionales, noticias internacionales, deportes y farándula.
- **The Oracle.** Programa centrado en la cultura anglófona que presenta música europea y norte americana en inglés con información sobre los artistas, historia del género de la música, biografías, etc. Contiene entrevistas en el idioma inglés con personas de la Universidad, o fuera de ella, incluyendo visitantes, conferencistas, docentes o estudiantes nuestros quienes hayan tenido la oportunidad de vivir y/o estudiar en el exterior. Presenta información útil para los estudiantes y la comunidad universitaria, por ejemplo sobre intercambios, con el fin de orientar a las personas quienes estén pensando en tener este tipo de experiencia. Busca dar a conocer a la comunidad académica de la ciudad cualquier evento (conferencia, seminario, exposición) que tenga que ver con el idioma inglés.
- **Vivir Cantando.** Es un espacio radial cuyo objetivo primordial es difundir el legado y las nuevas propuestas de la música andina colombiana.
- **Bajo Fondo Radio Club.** Es una propuesta, abierta y participativa, que intenta despertar el interés de pensar en música y arte, con el objetivo de convertirse en un espacio real de comunicación hacia una cultura de Paz. Propone un homenaje a la palabra, que entrelazada con la música, construye identidad desde la experiencia misma y al tiempo que da contenidos para la creación. Su principal objetivo es rescatar la importancia del arte de hacer radio como un medio que sumado a la estética y a la creación puede generar procesos interesantes de concientización sobre lo que queremos decir y plantear ante el mundo. Este espacio propone un arte radial que a través de entrevistas, informes y músicas, abra puertas a una creación que contenga valores culturales de solidaridad, de amor y la puesta en común de las experiencias de las personas.

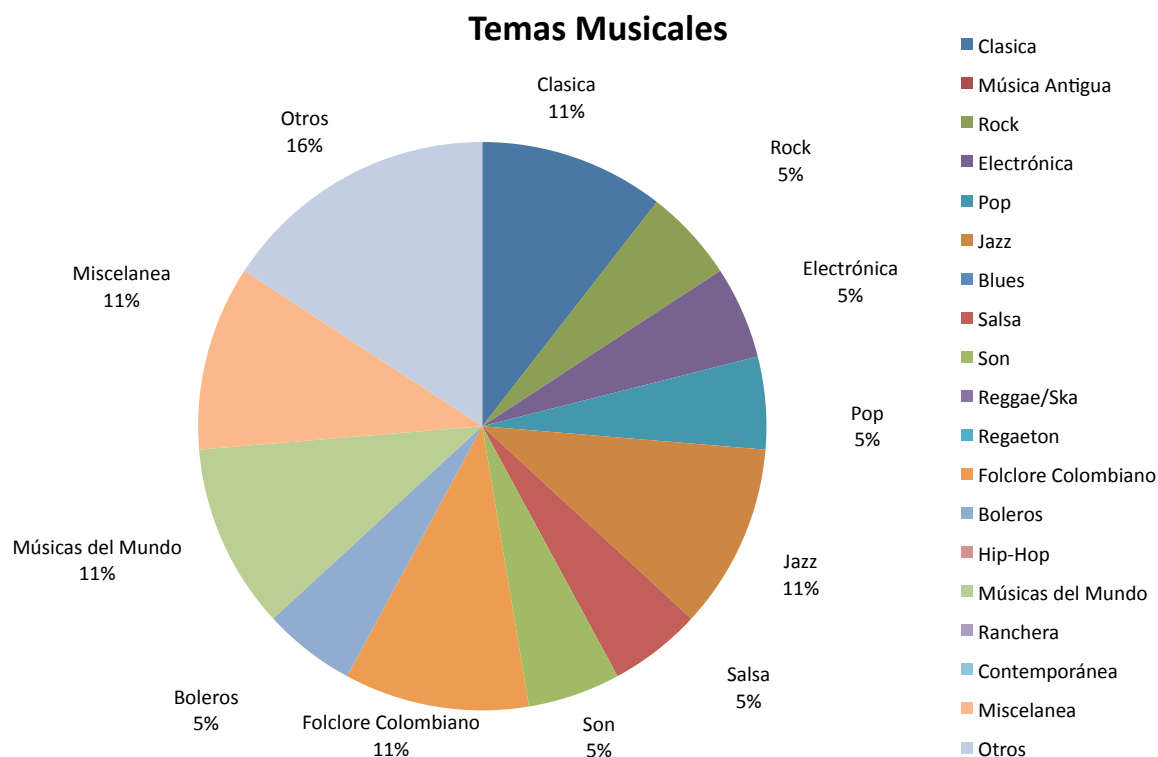
Por tanto, según el tipo de programa de Javeriana Estéreo Cali, el **76%** de los contenidos son programas **musicales**, frente al **24%** que son **hablados**.



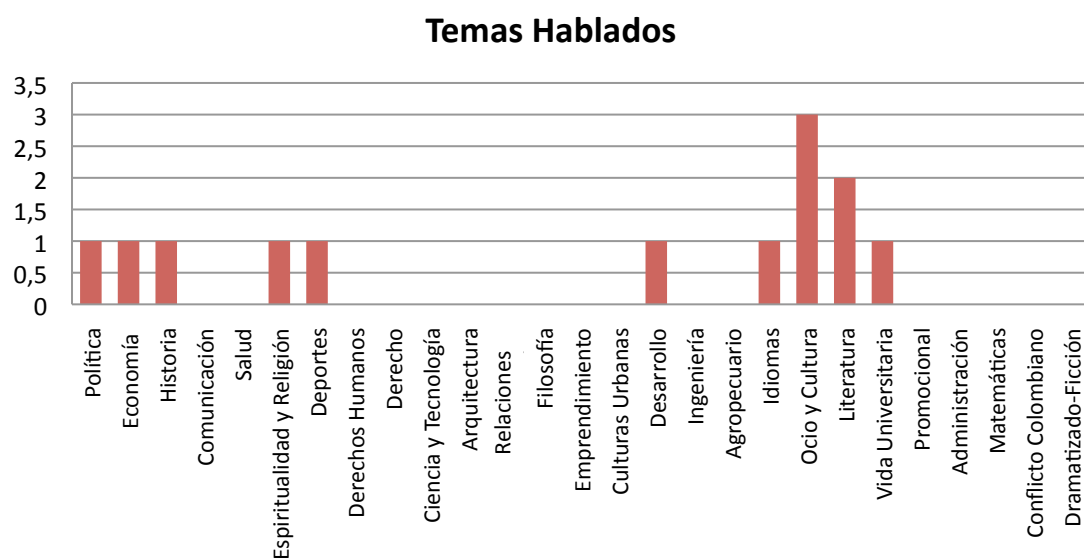
En cuanto a la finalidad de los programas, el **60%** tiene un objetivo **cultural**, seguido por el **divulgativo e informativo** con un **12%** y el **educativo y social** con un **8%**.



En cuanto a los **programas musicales**, en Javeriana Estéreo Cali imperan las **músicas del mundo, Jazz, música clásica y folclore colombiano** con un **11%**, le siguen con un **5%** **Salsa, Son, Rock, Pop y Electrónica y Dance**. Hay un **16%** restante catalogado como **otros géneros** y un **11%** como **variada**.



En cuanto a los temas tratados en programas de carácter hablado, imperan los de contenidos culturales, que tratan temas de exposiciones, arte, simposios y literatura. Al existir mayor peso de programas musicales, muchos de los temas se tratan en diferentes programas hablados.



9.1.2.4. Distribución

Ambas emisoras cuentan con una licencia comercial y emiten a través de radio frecuencia. Bogotá lo hace por la F.M. 91.1 MHZ⁷⁸ y Cali por la 107.5 F.M⁷⁹. Ambas tienen una cubrimiento zonal que abarca la ciudad y los municipios aledaños. La potencia de ambas de de 10 Kw. De forma simultánea emiten por Internet la señal analógica de radiofrecuencia a un bitrate de 120 Kbs. Ambos cuentan con perfil en redes sociales como Facebook y Twitter, como emisoras, al igual que algunos de los programas.

Las dos emisoras emiten en *streaming* a través de Tunein y cuentan con un servicio de radio a la carta tipo Podcast. En el caso del uso de la web cam la única que ofrece ese servicio en Javeriana Estéreo Bogotá. La página web de la emisora de la universidad Javeriana en Bogotá es más completa que la de Cali, pues ésta ofrece contenidos ampliados de los programas.

Radio Frecuencia										
Licencia		Frecuencia	Emisor	Antena	Categoría de Cubrimiento			Área geográfica de Cubrimiento		Satélite
-Comercial -Comercial		-91.1 F.M. -107.5 F.M.	Potencia	Altura	Zonal	Zonal Restringido	Local Restringido	-Bogotá y Municipios Aledaños		No
			10 KW	3191 Mts	X			-Cali y Municipios Aledaños		
Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación	Windows Media Encoder	Propio	Externo	I Tunes	Sí	Facebook Twitter	Tunein	Sí	Si No
128	MP3			X						

9.1.2.5. Difusión

A partir del análisis de sus contenidos, de las entrevistas con su directores, y de la información suministrada de estudios de audiencias, se podría determinar que el perfil de su potencial Público Objetivo es: persona adulta, con un nivel socioeconómico y cultural medio-medio, medio alto, con una gran afinidad con estratos altos. Personas con estudios universitarios y de postgrado.

En general, estudiantes y profesionales con inquietudes culturales por encima del nivel medio que dedican buena parte de su tiempo libre a escuchar música. Son aficionados al

⁷⁸ Anexo A-PROT-02

⁷⁹ Anexo A-PROT-03

cine, los conciertos, a programas de economía y emprendimiento. Les gusta el tipo de programación, por el formato conformado por franjas definidas (colombiana, clásica, jazz, latina, rock, contemporánea, contenidos especializados, etc.) acordes a los ciclos productivos de la sociedad capitalina.

9.1.3. Universidad Jorge Tadeo Lozano: HJUT y Óyeme UJTL

Fechas de análisis: 9 de julio (Óyeme UJTL), 9 de agosto (HJUT) y 10 de diciembre (Rectora) de 2013

La Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano se funda en 1954 como respuesta tanto al momento histórico, como a las necesidades tenía el país en recursos naturales. Los estragos de la violencia, la dictadura de Rojas Pinilla y la crisis de la Universidad indujeron a Joaquín Molano Campuzano, Javier Pulgar Vidal y Jaime Forero Valdés a crear una institución que formara "generaciones nuevas desprovistas de sectarismo, fanatismo y odio, con una conciencia plena sobre el valor inconmensurable de los recursos humanos y naturales" (J. Molano). El 5 de febrero de 1954 fundan entonces la Tadeo con el objetivo de "continuar la obra cultural y científica comenzada por la Expedición Botánica"⁸⁰.

El nombre de Jorge Tadeo Lozano se explica por ser la Expedición Botánica del Nuevo Reino de Granada el paradigma que alentó a los fundadores, por los méritos académicos y científicos, pues Jorge Tadeo Lozano estuvo vinculado no sólo a la expedición como zoólogo, sino también lo estuvo, con el Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario en la cátedra de química y por participar activamente en la causa de la Independencia Neogranadina, y además por ser Joaquín Molano descendiente de Joaquín Gómez Hoyos esposo de María Tadeo Lozano e Isasi, viuda de Jorge Tadeo Lozano.

La Universidad Jorge Tadeo Lozano hace parte de la Corporación de las Universidades del Centro de Bogotá, cuyo objetivo es la conservación, recuperación y renovación del centro tradicional de la ciudad de Bogotá en beneficio de todos los ciudadanos, y en particular, de la comunidad académica del sector.

En los últimos años la Universidad ha ampliado su planta física con la construcción de importantes edificios y espacios públicos que aportan a la ciudad y, especialmente a la zona centro, un ambiente amable y cosmopolita.

9.1.3.1. Variable Empresarial y Organizativa

La Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano (Tadeo)⁸¹ es una institución de carácter pluralista, que busca la formación de profesionales éticos, competentes, críticos y creativos, que asuman su compromiso con la sociedad con clara conciencia de

⁸⁰ www.utadeo.edu.co fecha de consulta 09/07/2013

⁸¹ Anexo A-EST-04

respeto por los seres humanos y sus derechos, por el medio ambiente y contribuyan al bien común y al desarrollo social, cultural, empresarial, científico y estético en el contexto internacional, con fundamento en los ideales de la Expedición Botánica.

La Tadeo cuenta con tres emisoras de radio: dos en la región Andina, que analizaremos aquí, y una en la región Caribe.

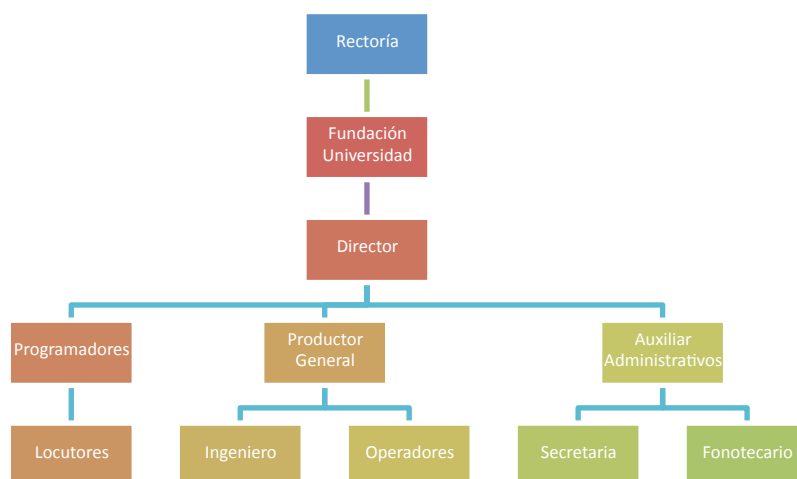
La Universidad, a lo largo de sus 60 años de historia, se ha destacado por sus programas de ciencias y artes. Como defiende su actual rectora, exministra de educación María Cecilia Vélez White, la Expedición Botánica se conformó a partir del trabajo de científicos y artistas, muchas veces sin distinguir su rol. Por tanto, la universidad pretende ser un referente en esta concepción en la que “la ciencia y el arte se juntan”.

La institución de educación superior, como hemos dicho anteriormente, cuenta con dos emisoras en la región Andina. Una que emite por radio frecuencia, HJUT 106.9 FM; y una virtual, Óyeme UJTL.

HJUT es una emisora que emite con licencia comercial, que depende de la Fundación de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Óyeme UJTL, por el contrario, es una emisora virtual que depende del programa de Comunicación Social-Periodismo.

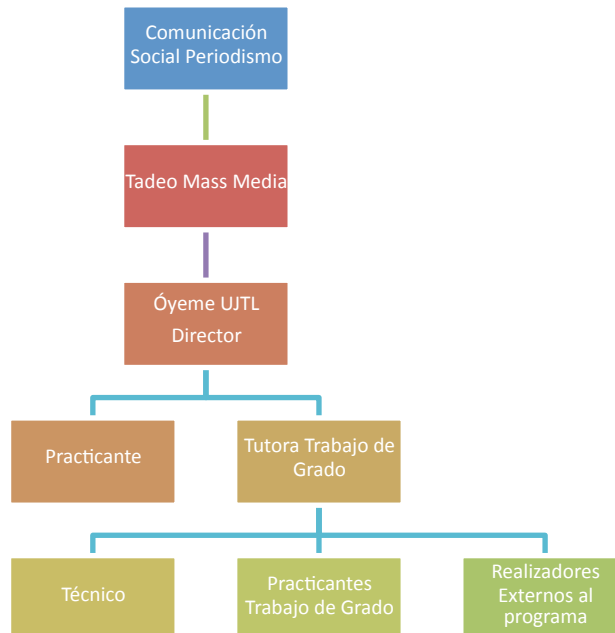
HJUT tiene un objetivo general⁸²: promover y difundir el patrimonio de la música culta. Su estructura organizativa, dependiente de la fundación de la universidad, lo que le permite beneficiarse de los privilegios de las fundaciones, se compone de un director y un subdirector, dos programadores, técnicos de estudio y grabación, un jefe de discoteca, una secretaria y un extenso cuerpo de realizadores externos.

⁸² Anexo A-ENTR-04 y A-ENTR-06



Elaboración Propia

Óyeme UJTL, la emisora virtual, tiene un objetivo general: contribuir a la formación de los estudiantes de los programas de Tecnología en Producción Radial y Comunicación Social-Periodismo. Orgánicamente depende de la unidad Tadeo Mass Media, perteneciente al programa de Comunicación Social. Tadeo Mass Media es una unidad que aglutina todos los proyectos formativos, prácticos y de extensión de la carrera de Comunicación. Óyeme, a nivel interno, se estructura de la siguiente forma⁸³:



Elaboración Propia

⁸³ Anexo A-ENTR-05

Por tanto, vemos que son dos emisoras con dos objetivos diferentes: cultural y formativa, si bien, como veremos en la parte de programación, ambas se valdrán de múltiples contenidos como forma de alcanzar esos dos objetivos.

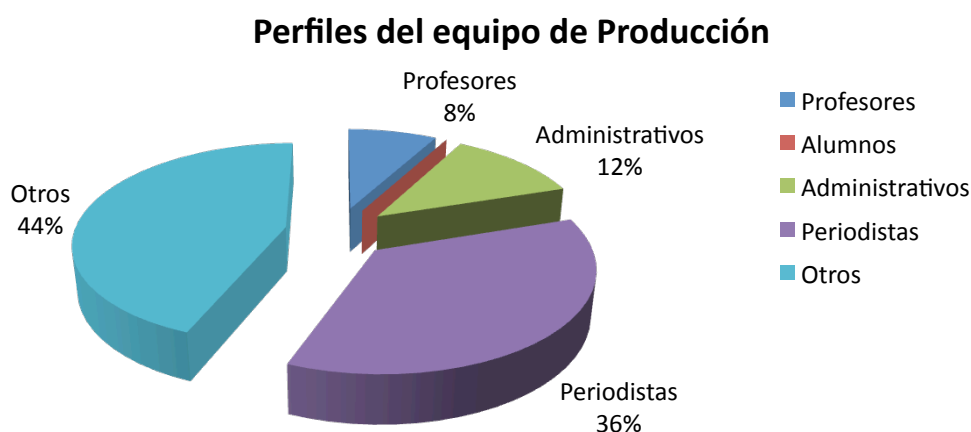
Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad Jorge Tadeo Lozano		Privada	Regional	2	Comerciales
Adscripción	Fundación	Rector	María Cecilia Vélez White	Unidad	Fundación
Director Radio	Fernando Toledo ⁸⁴				
Nombre Emisora	HJUT 106.9 FM “El buen hábito de la buena radio”				
Presupuesto	Mixto: Institucional – Patrocinio y pauta				
Objetivo	Extensión-Cultural				

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad Jorge Tadeo Lozano		Privada	Regional	2	Comerciales
Adscripción	Facultad de Ciencias Sociales	Rector	María Cecilia Vélez White	Unidad	Programa de Comunicación Social – Tadeo Mass Media
Director Radio	Andrés Barrios Rubio				
Nombre Emisora	Óyeme UJTL “La onda con puro contenido en la Web”				
Presupuesto	Institucional				
Objetivo	Formativo				

⁸⁴ Fernando Toledo falleció recientemente y asume la dirección Rogelio Delgado.

9.1.3.2. Productiva

HJUT está conformado por **25 integrantes**⁸⁵, de los cuales el **44%** son realizadores **externos**, el **36%** son **comunicadores**, el **12%** **administrativos** y el **8%** **profesores**. En la emisora no participa **ningún estudiante**.

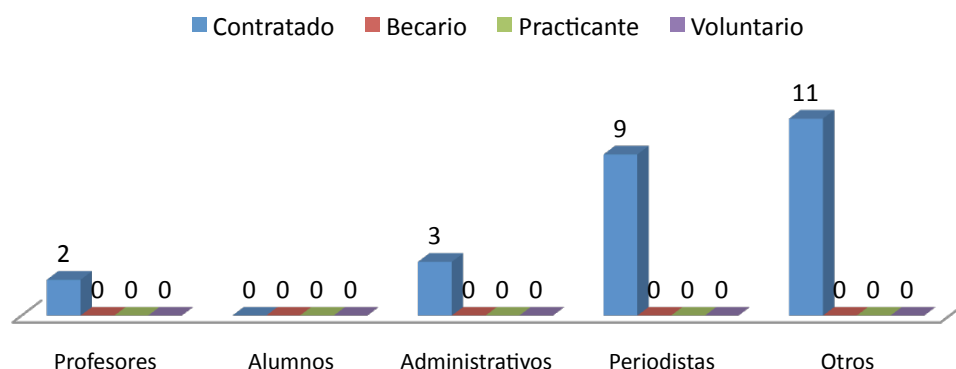


En cuanto al tipo de relación que mantienen con la emisora, el **100%** de los integrantes mantienen una **relación contractual laboral**. Ya sea como **personal de planta**, como es el caso de los **periodistas** y **administrativos**, como de **prestación de servicios**, como ocurre con los **realizadores externos** y los **profesores**.



⁸⁵ Anexo A-PROT-04

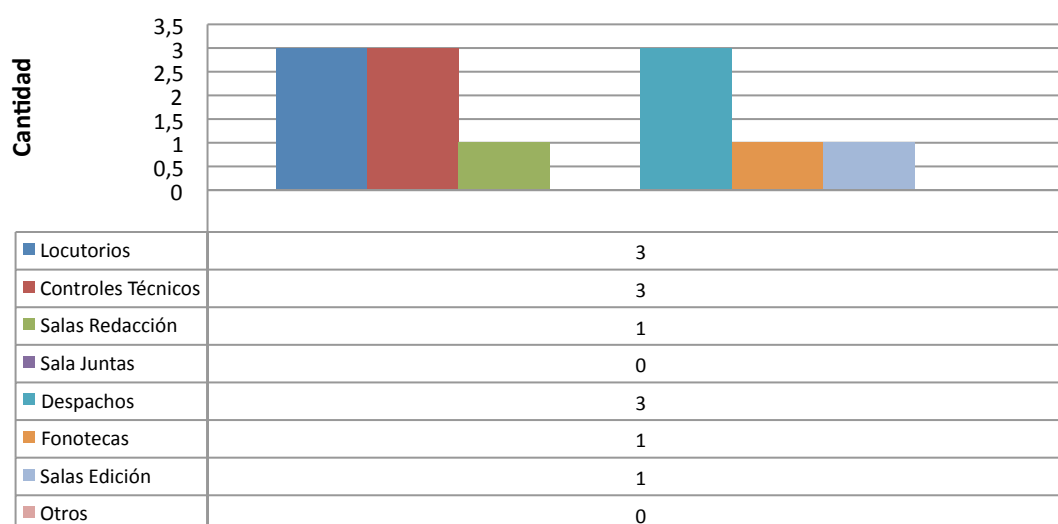
Relación por Perfil



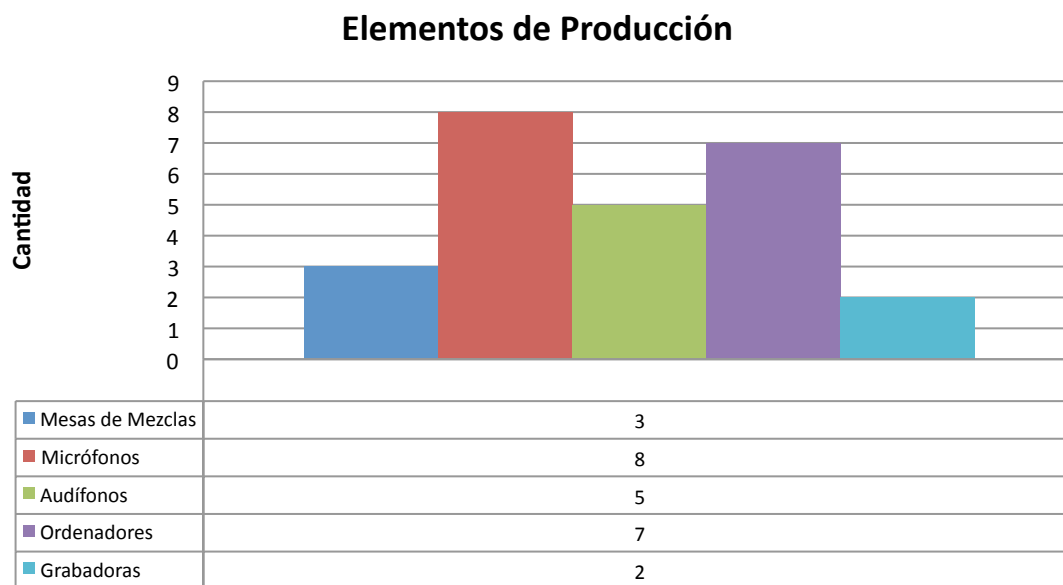
En cuanto a los espacios y elementos técnicos de producción, HJUT dispone de 3 locutorios, salas de control y despachos. Una sala de redacción, una fonoteca y una sala de edición. La producción de todos los programas se realiza en los estudios de la emisora, así sean realizados por externos, salvo el caso de los programas emitidos en convenio con emisoras internacionales.

La emisora cuenta con tres mesas de mezclas, una por estudio, 8 micrófonos, 5 audífonos, 7 ordenadores y 2 grabadoras. Para la edición de audio cuentan con el programa Pro Tools y para la gestión de contenidos sonoros Estudio 5⁸⁶.

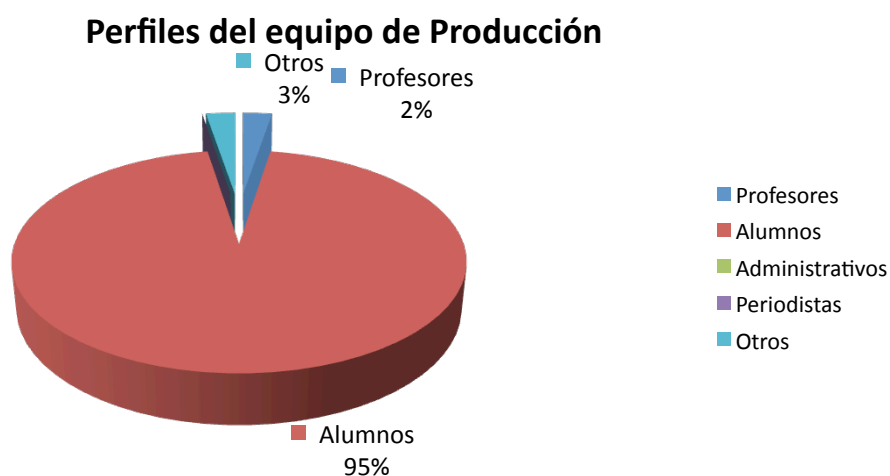
Espacios de Producción



⁸⁶ Anexo A-PROT-04

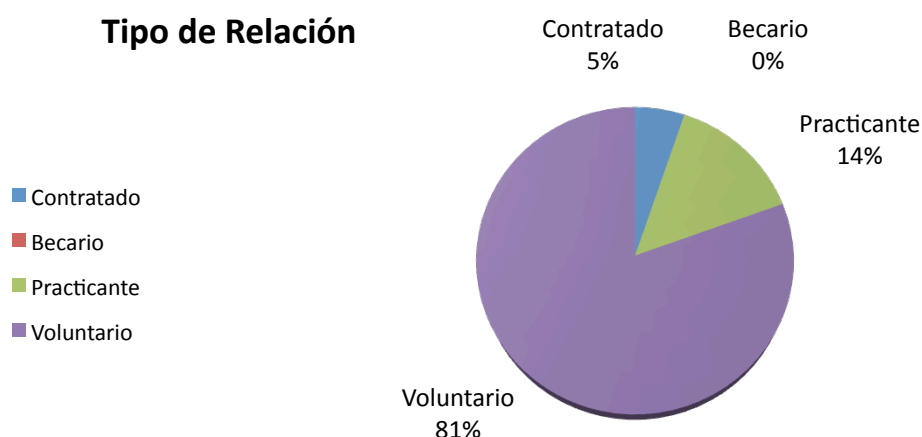


Por su parte, **Óyeme UJTL**⁸⁷ está conformada por **77 personas**, de las cuales el **95 %** son **alumnos** y el **3%** son **docentes** y el **2%** pertenecen a la categoría de **otros** (en este caso vigilantes de seguridad).



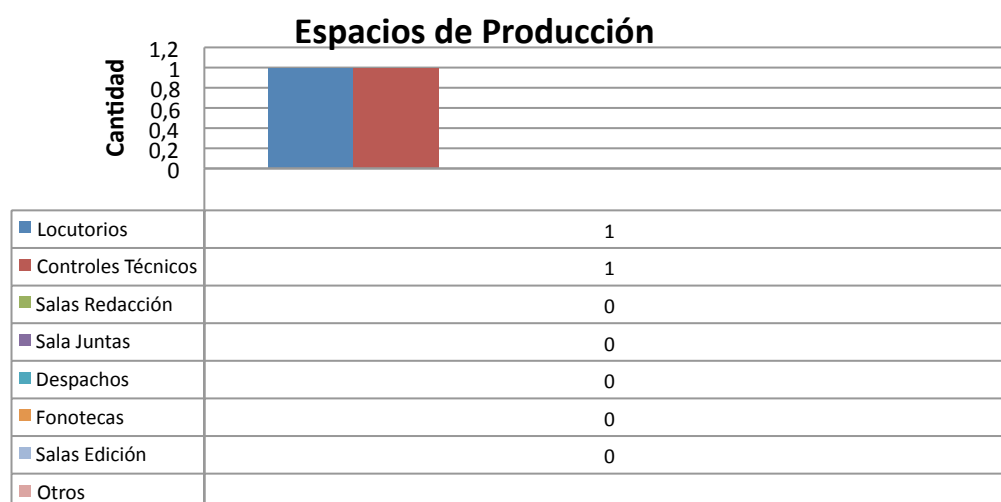
En cuanto al tipo de relación que mantienen con la radio, el **81%** son **voluntarios**, el **14%** **practicantes** y el **5%** restante son **contratados**.

⁸⁷ Anexo A-PROT-05



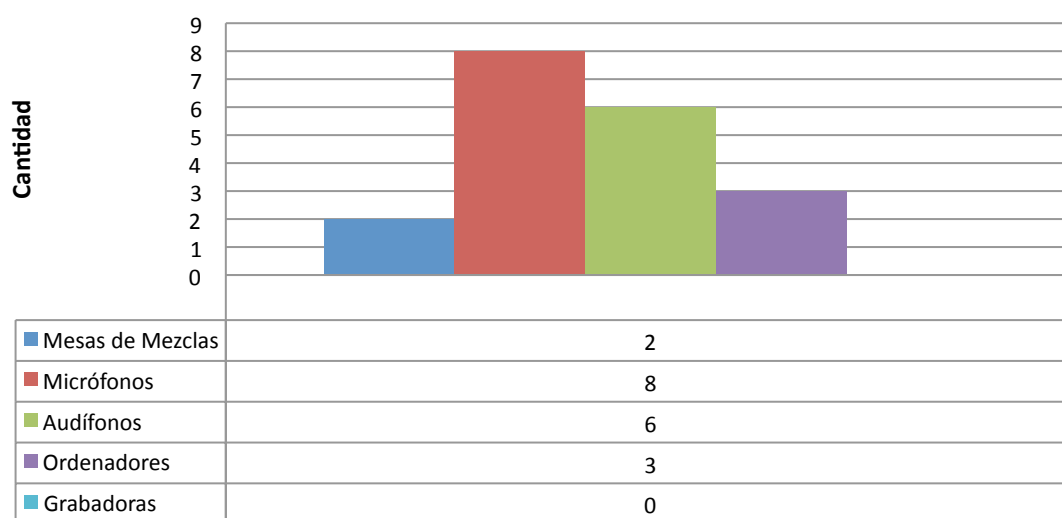
Ese 81% corresponde a los alumnos que, de forma libre, quieren participar en la emisora de radio. Pueden ser alumnos del programa de Comunicación Social-Periodismo o de cualquier otro programa de la universidad. El 14% corresponde a los alumnos del programa de Tecnología en Producción Radial que deben presentar un proyecto radial para graduarse. Este proyecto tiene dos fases: la de formulación, que se lleva a cabo en la asignatura de Proyecto Radial impartida por una de los docentes del programa, y la de ejecución, que se lleva a cabo en la asignatura de Estación Radial en donde el alumno debe realizar el proyecto anteriormente planteado, así como tareas de producción, técnicas, periodísticas, etc.

Óyeme UJTL tienen ubicado en un mismo ambiente el estudio de radio:



En cuanto a los elementos técnicos de producción, la emisora virtual cuenta con:

Elementos de Producción



9.1.3.3. Programación y Contenidos

HJUT estructura sus contenidos a partir de los ciclos productivos, con una programación de lunes a viernes y de sábado a domingo⁸⁸. Maneja una programación mixta en la que intercambian franjas semanales con programas temáticos tipo mosaico. De 6 de la mañana a 8 de la noche, de lunes a viernes, son franjas. De 8 p.m. a 10 p.m. son programas temáticos, para volver a una concepción de franja hasta las 12 de la noche. De medianoche a seis de la mañana se hace una redifusión mediante franjas y programas tipo mosaico. La programación de lunes a viernes es, en casi en su totalidad, música clásica: renacentista, barroca, romántica, sinfónica, de cámara, etc. Durante el fin de semana, la programación se estructura en programas temáticos, si bien mantiene la esencia en la música clásica, recogen temas y géneros más amplios: jazz, boleros, tangos, música colombiana, española, ópera, etc.

Para la elaboración de la programación convocan un comité de programación conformado por todos los integrantes de la emisora.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Sí	No	No	Sí	Fija	Sí	Sí

La descripción de los espacios programáticos de HJUT es la siguiente:

⁸⁸ Anexo A-PROG-06

- **Alborada Musical (lunes a viernes de 6:00 a 7:00 horas).** Espacio que recoge pequeñas obras maestras de la música comprendida entre la Edad Media y el Siglo XX.
- **Concierto de la Mañana (lunes a viernes de 7:00 a 8:00 horas).** Programa centrado en la música del periodo Clásico y Romántico. Espacio patrocinado por Guardianes, Seguridad Privada.
- **Suite Banco Popular (lunes a viernes de 8:00 am a 9:00 horas).** Espacio centrado en obras de música clásica popular del siglo XX.
- **Concierto Matinal Colsubsidio (lunes a viernes de 9:00 a 10:00 horas).** Grandes conciertos desde el Renacimiento al periodo romántico, del Siglo XVI al Siglo XIX.
- **Matinal Musical (lunes a viernes de 10:00 a 11:00 horas).** Piezas breves de la música clásica del siglo XIX y del siglo XX.
- **Concierto 106.9 (lunes a viernes de 11:00 a 12:00 horas).** Concierto para instrumentos solistas del periodo Clásico.
- **Concierto Suramericana (lunes a viernes de 12:00 a 13:00 horas).** Concierto para instrumentos solistas cuyas obras pertenecen entre la segunda mitad del siglo XIX y la segunda mitad del XX.
- **Entorno Musical (lunes a viernes de 13:00 a 13:30 horas).** Movimientos de obras, piezas cortas, del período clásico y romántico. Espacio patrocinado por Pedro Gómez Y Cía.
- **Miniaturas Musicales (lunes a viernes de 13:30 a 14:00 horas).** Piezas cortas dedicadas a la primera mitad del Siglo XX, en música clásica, Jazz e impresionista.
- **El Músico de la Semana (lunes a viernes de 14:00 a 14:30 horas).** Espacio dedicado a compositores o intérpretes. Uno por semana.
- **Interludio Banco Popular (lunes a viernes de 14:30 a 15:00 horas).** Música culta del siglo XX.
- **El Mundo del Barroco (lunes a viernes de 15:00 a 16:00 horas).** Programa que explora lo más destacado del periodo Barroco.
- **Los Clásicos de Siempre (lunes a viernes de 16:00 a 17:00 horas).** Música clásica popular.
- **Atlas de la Música (lunes a viernes de 17:00 a 17:30 horas).** Música popular desde comienzo del S. XX a la fecha. Patrocina Paños Atlas.

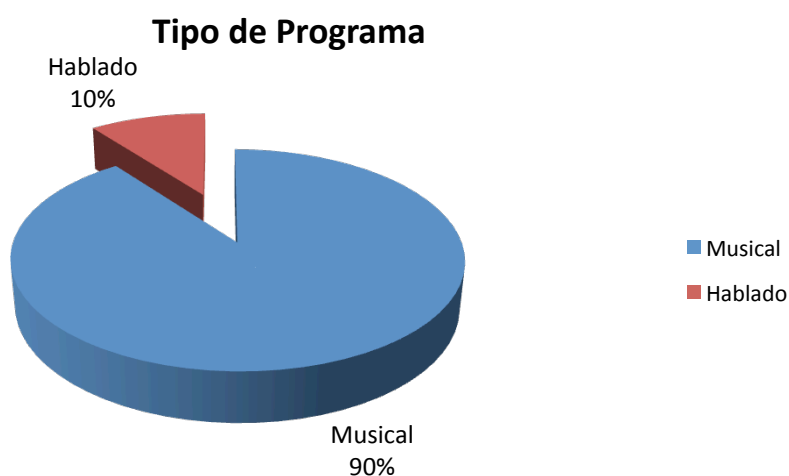
- **Jazz y Algo Más (lunes a viernes de 17:30 a 18:00 horas).** Recorrido por la historia del Jazz, con una sorpresa, ese “algo más”, como cierre de programa. Espacio patrocinado por Cafam.
- **Regreso a Casa (lunes a viernes de 18:00 a 19:00 horas).** Música clásica, suave, para hacer más llevadero el estrés de la movilidad durante el regreso a casa.
- **La Hora Musical Marly (lunes a viernes de 19:00 a 20:00 horas).** Los grandes del periodo clásico.
- **De la Espiritualidad al Humanismo (lunes de 20:00 a 20:00 horas).** Música antigua. Patrocinado por Fundación para el Desarrollo Universitario
- **Milenio (martes de 20:00 a 20:00 horas).** Programa de información cultural: entrevistas, reportajes, etc. Patrocinado por Fundación para el Desarrollo Universitario.
- **Bogotá Musical (miércoles de 20:00 a 20:00 horas).** Agenda cultural de la capital de Colombia. Patrocinado por Fundación para el Desarrollo Universitario.
- **Pódium Neerlandés (jueves de 20:00 a 20:00 horas).** Convenio internacional. Espacio musical. Patrocinado por Fundación para el Desarrollo Universitario.
- **Historia y Tradición de la Canción Francesa (viernes de 20:00 a 20:00 horas).** Programa especializado en la cultura musical francesa. Patrocinado por Fundación para el Desarrollo Universitario.
- **Cuarteto (lunes de 21:00 a 22:00 horas).** Historia del cuarteto clásico.
- **Vida Musical (martes de 21:00 a 22:00 horas).** Noticias musicales del mundo, efemérides, homenajes a artistas, especialmente de Europa.
- **Música del Mundo (miércoles de 21:00 a 22:00 horas).** Recorrido por los países del mundo a través de su música.
- **El Arte del Piano (jueves de 21:00 a 22:00 horas).** Espacio musical centrado en el piano, desde las composiciones más antiguas a las actuales.
- **Ad Libitum (viernes de 21:00 a 22:00 horas).** Programa de variedades musicales.
- **Concierto de la Noche (lunes a viernes de 22:00 a 23:00 horas).** Programa centrado en los conciertos de instrumentos.

- **Música Nocturna (lunes a viernes de 23:00 a 24:00 horas).** Espacio centrado en el tema destacado del mes. Tema que se presenta, mensualmente, en el boletín de la HJUT.
- **Concierto 106.9 (lunes a viernes de 24:00 a 01:00 horas).** Música clásica.
- **Media Hora con la Mejor Música del Mundo (Lunes a Viernes de 01:00 a 02:00 horas).** Compositores, intérpretes y obras musicales de diferentes países del mundo. Cada programa una zona distinta.
- **Clásicos Contemporáneos (lunes de 01:30 a 02:30 horas).** Redifusión
- **Lo Sagrado de la Tradición Musical (martes de 01:30 a 2:30 horas).** Redifusión
- **Una Hora Con (miércoles de 01:30 a 2:30 horas).** Redifusión
- **Vida Musical Bancolombia (jueves de 01:30 a 2:30 horas).** Redifusión
- **Alma Caribe (viernes de 01:30 a 2:30 horas).** Redifusión
- **Jazz y Algo Más (lunes a viernes de 02:30 a 03:00).** Redifusión
- **Música Matinal (lunes a viernes de 03:00 a 04:00).** Redifusión
- **El Espíritu Barroco (lunes de 04:00 a 05:00).** Redifusión
- **La Lira y el Arco (martes de 04:00 a 05:00).** Redifusión
- **Música del Mundo (miércoles de 04:00 a 05:00).** Redifusión
- **Cuarteto (jueves de 04:00 a 05:00).** Redifusión
- **Concierto Espiritual (viernes de 04:00 a 05:00).** Redifusión
- **La Hora Musical Marley (lunes a viernes de 05:00 a 06:00).** Redifusión
- **Concierto Espiritual (sábado a domingo de 06:00 a 07:00).** Programa dedicado a obras musicales sacras y espirituales de los siglos XV al XIX. Espacio patrocinado por Naxos.
- **Colombia en su música (sábado a domingo de 07:00 a 08:00).** Rescate, difusión y promoción de la música colombiana, desde el folclore a nuestros días. Espacio patrocinado por Casa Vieja Restaurantes.
- **La Lira y el Arco (sábado a domingo de 08:00: a 09:00).** Espacio dedicado a obras literarias e, inclusive, mitológicas, sobre las cuales se hayan compuesto obras musicales.
- **Lo Sagrado en la tradición musical (sábado a domingo de 09:00: a 10:00).** Programa centrado en la música sacra, desde el canto gregoriano a nuestros días. Patrocinio de Davivienda.

- **Diapasón Visual (sábado a domingo de 10:00: a 11:00).** Música clásica con énfasis en España. Patrocinado por Clínica Barraquer.
- **Atlas Musical (sábado de 11:00: a 11:30).** Redifusión
- **La voz del celuloide (domingo de 11:00: a 11:30).** Programa dedicado al cine. Cartelera, películas clásicas, crítica, etc.
- **Crónicas de música (sábado a domingo de 11:30: a 12:00).** Programa dedicado a los compositores, intérpretes y música popular. Patrocinio de Gimnasio Moderno.
- **Música Iberoamericana (sábado a domingo de 12:00: a 13:00).** Espacio que tienen como objetivo acercar la música del continente iberoamericano.
- **El espíritu Barroco (sábado a domingo de 13:00: a 14:00).** Programa cuyo contenido trata sobre compositores, intérpretes y obras del periodo barroco.
- **La Sinfonía de la Tadeo (sábado de 14:00: a 16:00).** Retransmisión de obras interpretadas por la Sinfónica, entrevistas a los directores, etc.
- **Concierto dominical (domingo de 14:00 a 16:00).** Espacio que difunde obras de gran duración.
- **Una hora con (sábados de 16:00: a 17:00).** Programa dedicado a grandes compositores. Sus obras, críticas, biografía, etc.
- **Conciertos seguros Bolívar (sábado de 17:00 a 18:00).** Programa que emite conciertos del periodo clásico. Espacio patrocinado por Seguros Bolívar.
- **Recitales fin de semana (domingo de 17:00 a 18:00 y sábados de 18 a 19 horas).** Espacio que abarca desde el renacimiento hasta nuestro tiempo.
- **La hora del Jazz (domingos de 18:00 a 19:00).** Programa centrado en el Jazz clásico, voces femeninas y masculinas, grans conformaciones, etc.
- **Voz Feminae (sábado a domingo de 19:00 a 20:00).** Espacio dedicado a la presencia femenina en la música.
- **Tangos en la noche (sábado de 20:00 a 21:00).** Programa cuyo tema es el tango.
- **Aquellos boleros (domingos de 20:00 a 20:30).** Espacio dedicado a los boleros. Espacio patrocinado por Pat Primo.
- **Teatro en la música (domingos de 20:30 a 24:00 horas).** Programa centrado en la ópera.

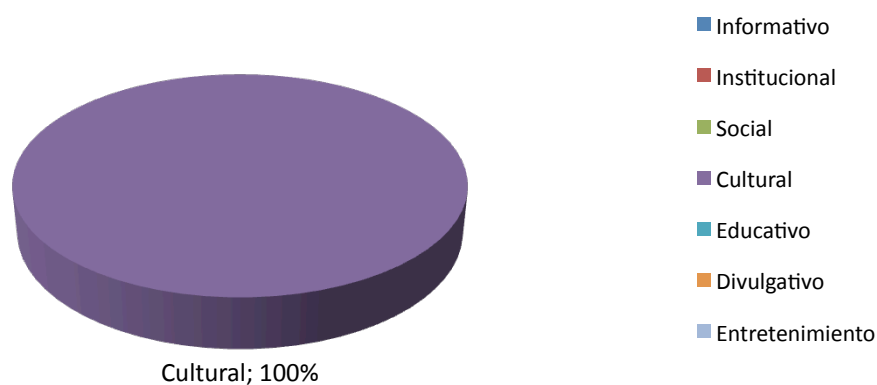
- **España y su música (sábados de 21 a 22 horas).** Espacio centrado en la divulgación de la cultura española a través de su música, sus compositores y sus intérpretes.
- **Cuartetos (sábados de 22:00 a 23:00).** Redifusión.
- **Alma Caribe (sábados de 23:00 a 24:00).** Programa de historia de la música del caribe.
- **Diapasón visual (sábado de 24 a 01 horas).** Redifusión
- **Recitales fin de semana (domingo de 24 a 01 horas).** Redifusión
- **Tangos en la noche (sábados de 01:00 a 02:00).** Redifusión
- **Pódium Neerlandés (domingos de 01:00 a 02:00).** Redifusión
- **Arte del piano (sábado de 2 a 3 horas).** Redifusión
- **Crónicas de música (domingos de 2 a 3 horas).** Redifusión
- **Ad Libitum (sábado de 4 a 5 horas).** Redifusión
- **Colombia en su música (domingos de 4 a 5 horas).** Redifusión
- **La hora musical Marly (sábado de 5 a 6 horas).** Redifusión
- **Diapasón Visual (domingos de 5 a 6 horas).** Redifusión

La programación de HJUT está compuesta por un **90%** de **contenidos** en los que la **música** tiene una función independiente. Es decir, la música, como mensaje, es el tema central de la programación. El **10%** restante corresponde a **programas** que, si bien la música tiene un peso destacado, se tratan temas más amplios y basados en la palabra.

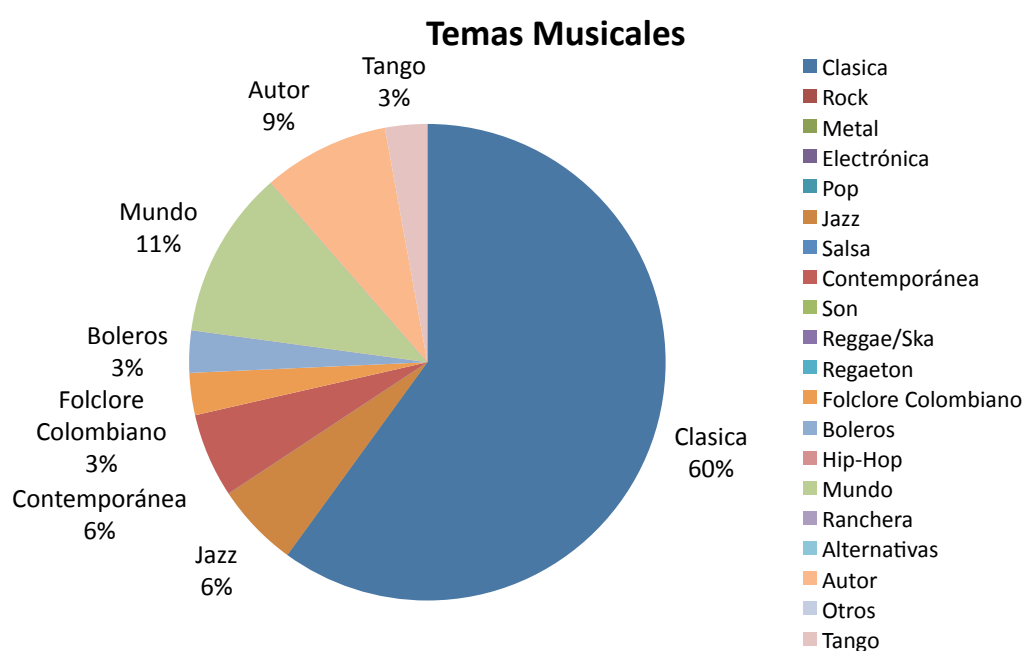


En cuanto a la finalidad de la programación, apreciamos que es **100% cultural**. De ahí que su lema sea **“una emisora de naturaleza culta”**.

Finalidad del Programa

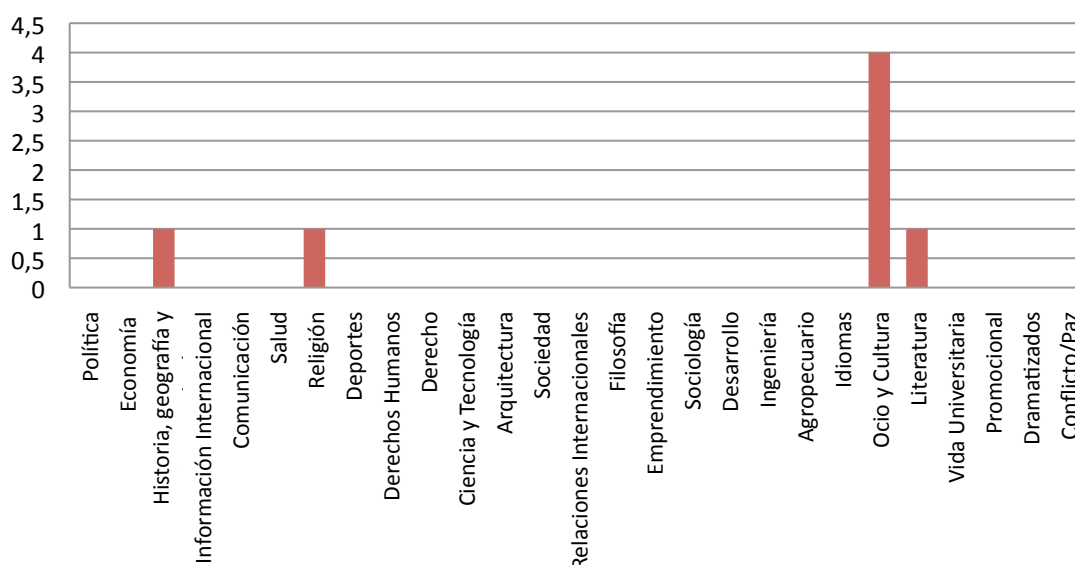


En cuanto a los contenidos musicales **60%** de ellos corresponde a lo que popularmente conocemos como música **clásica**, si bien la emisora programa a partir de diferentes épocas: renacentista, barroca, romántica, clásica, etc. El **11%** es **música del mundo**, el **9%** es **música de autor**; con un **6%** música **contemporánea** y **Jazz**; y con un **3%**, **Boleros**, **Tango** y **folclore colombiano**.



En la programación, encontramos que imperan los contenidos de ocio y cultura, tipo agenda cultural, de literatura e historia (siempre en un contexto musical) y de religión y espiritualidad (igualmente musical).

Temas Hablados



En cuanto a Óyeme UJTL, la programación se confecciona a partir de tres formatos: la radio **hablada**, de **entretenimiento** y la **musical**.

En la **hablada**, Óyeme la define como un **espacio matinal** en el que se busca informar a los oyentes a partir de temas deportivos, informativos e institucionales mediante entrevistas, debates y otros géneros periodísticos.

La programación de **entretenimiento**, distribuida en las **frangas de la tarde**, mediante contenidos presentados como magazines culturales, musicales y de entretenimiento.

La programación **musical** se presenta como un espacio tipo “listas de reproducción”, ordenadas a partir de géneros como el Rock, el Pop, la salsa, el Merengue, el Vallenato, etc.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
No	No	Sí	Sí	Semestral	Sí	Sí

La descripción de los espacios programáticos de Óyeme es la siguiente:

- **Mañanas óyeme (Lunes a Viernes de 7:00am a 9:00am).** Programa magazín que busca informar, entretener y educar a los oyentes. Mientras se desarrollan varias secciones como: música, noticias, humor, concursos, regalos, tema del día, comentarios de locutores y los oyentes tendrán la oportunidad de elegir las canciones que quieran escuchar.

- **La 14 azul (Lunes de 12:00m a 1:00pm).** Programa que da cuenta del Millonarios Fútbol Club.
- **Zona de candela (Lunes a Viernes de 1:00pm a 2:00pm).** Espacio deportivo que busca generar un sentido de pertenencia hacia los equipos del fútbol profesional de la región (Millonarios, Santa Fe y Equidad) y que presenta a los oyentes un breve resumen de lo acontecido en el deporte dando especial importancia a la participación de los oyentes, permitiendo que éstos tengan un canal para expresar sus ideas e inquietudes acerca de su equipo y el deporte en particular.
- **Candelario capital (Martes de 9:00am a 11:00am).** Espacio en el cual los oyentes pueden encontrar de manera detallada, toda la información referente a la cultura capitalina, sus espacios y sus diferentes exponentes.
- **Género crítico (Martes de 11:00am a 1:00pm).** Es un programa enfocado en exponer las posturas ideológicas que nos ofrece la canción social en los diferentes ámbitos de la historia, ofreciendo un espacio de reflexión y crítica hacia las inconformidades sociales que se presentaron en las diferentes décadas como en la actualidad.
- **Tenis en la red (Miércoles de 10:00am a 11:00am).** Programa deportivo en el que se da a conocer las últimas noticias del tenis colombiano y del mundo, entrevistas, análisis, promesas del tenis, participación de expertos y concursos. El objetivo de Tenis en la Red es ampliar las fronteras del tenis colombiano y ser el espacio ideal para que las voces de jóvenes practicantes y/o apasionados por este deporte sean escuchadas y así aumentar la pasión por el deporte blanco en Colombia y en el mundo.
- **Zona prohibida (Miércoles de 11:00am a 1:00pm).** Es un espacio creado como una alternativa para difundir a la audiencia una oportunidad abierta de exponer las diferentes problemáticas y situaciones del comportamiento del individuo o las comunidades que pueden generar polémicas entre la legalidad de los actos, la prohibición de los mismos versus la percepción subjetiva de quien realiza el acto en cuestión.
- **Arquitectura de la moda (Jueves de 9:00am a 10:00am).** Programa sobre moda, desde un punto de vista curioso, ávido de conocimiento, donde se tratan los pilares filosóficos y temas de interés con relevancia en la actualidad. En el programa se busca establecer y elaborar formas de pensamiento alrededor de la

moda que vayan más allá a nivel intelectual y estético, donde lo efímero y la seducción se vuelven uno.

- **Tadeo internacional (Jueves de 10:00am a 11:00am).** Es un espacio del semillero de investigación del Programa de Relaciones Internacionales de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. La opción joven y alternativa de la realidad internacional vista desde Colombia. Tadeistas con proyección... Conduce: Programa de Relaciones Internacionales de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- **Charlas con Vera (Jueves de 11am A 12m).** Es un espacio que abre la Decana de los programas de Comunicación Social - Periodismo, Tecnología en Producción Radial y Tecnología en Cine y Televisión para entrar en contacto con los estudiantes y resolver inquietudes sobre diferentes temas. Es un programa que se caracteriza por la libertad que se brinda a los estudiantes de plantear los temas y el diálogo franco y directo.
- **Match tenis (Viernes de 11:00am a 12:00m).** Programa que tiene como objetivo fundamental dar a conocer a los oyentes la realidad del tenis colombiano (Jugadores, torneos, eventos, entre otros), al tiempo que permite a toda la audiencia ampliar las fronteras en el campo deportivo, dando a estos la oportunidad de conocer más sobre un deporte que ha sido opacado constantemente por la cultura futbolística, reduciendo la pasión por el tenis a una minoría y mostrándolo como un deporte elite y difícil de practicar.
- **Fútbol pasión femenina (Viernes de 12:00m a 1:00pm).** Programa radial cuyo eje central es ser conducido por un grupo de mujeres apasionadas por el fútbol, teniendo una mirada objetiva frente al mismo. La temática principal es mostrar a los oyentes esa pasión por el fútbol, sin perder de vista un punto neutro, siempre respetando las opiniones de los demás y haciéndoles partícipes para el éxito del programa. Un programa que pretende mostrar el fútbol colombiano con una cara totalmente distinta a la que conocemos hoy en día.
- **Código urbano (Lunes, Miércoles y Viernes de 2:00pm a 4:00pm).** Espacio juvenil de información y de noticias relacionadas con La Tadeo, Bogotá, Colombia y el mundo.
- **Boomerang music (Martes de 2:00pm a 4:00pm).** Programa musical que busca recordar las canciones que evocaron sentimientos, momentos y personas. Momentos destacados de la cultura pop y sus artistas emblemáticos.

- **Sólo para mujeres (Martes de 4:00pm a 6:00pm).** Programa de estudiantes del programa de Diseño Industrial de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Sólo para mujeres es un programa dirigido a mujeres entre los 18 y 30 años, donde se tratan temas de interés con los que identificarse. Momentos de esparcimiento, diversión y aprendizaje para su cotidianidad.
- **Transeúntes (Miércoles de 4:00pm a 6:00pm).** Espacio de encuentro con los adolescentes, en el cual se dialogan, debaten y exponen temas que se desarrollan en la sociedad adolescente en Colombia, con el respaldo de profesionales expertos en el tema, que logren dar opiniones válidas, ciertas y den paso a la opinión del público. La música, la cultura y la educación irán de la mano para desarrollar dos horas con excelente información. La radio pensada, creada y desarrollada por jóvenes. Conducen: Juliana Velásquez y Carolina Mena.
- **Impuro diseño (Miércoles de 6:00pm a 8:00pm).** Programa que pone en relación el mundo cotidiano con el diseño, un programa que pone en contexto la intervención del diseño en la vida diaria.
- **Lo que hay que oír (Jueves de 2:00pm a 4:00pm).** Programa en el que el hilo conductor son los tabúes acompañados de música atractiva para el oyente. Experiencias, opiniones, debates, ética, novedades, conocimientos... El programa informará sobre las actividades culturales (tabúes) practicadas en la sociedad.
- **El auditorio (Lunes de 6:00pm a 8:00pm).** Programa de compañía donde los oyentes y los locutores comparten un espacio común para decir lo que sienten, lo que piensan y cómo ven la vida cotidiana en la universidad.
- **Las millas del rock (Martes de 6:00pm a 8:00pm).** Programa que muestra el trayecto de libertad y esparcimiento que ha llevado a cabo el Rock. Información sobre los eventos de la escena local e internacional del Rock al igual de los eventos automovilísticos que se llevan a cabo dentro y fuera de Colombia.
- **El rincón vallenato (Jueves y viernes de 5:00pm a 6:00pm).** Espacio radial que difunde todo lo relacionado con el género autóctono de Colombia. Por medio del mismo se difundirá la historia, las noticias, los clásicos, los estrenos y todo lo relacionado con el Vallenato a través de distintas secciones entretenidas y con una fuerte participación del oyente que genere un sentido de pertenecía hacia el programa.

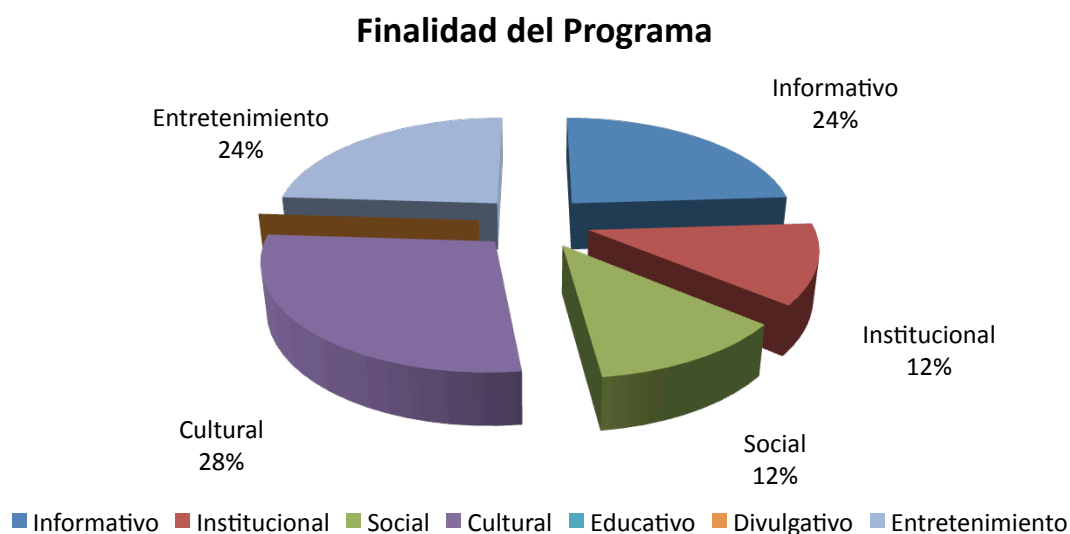
- **Son y salsa (Viernes de 4:00pm a 5:00pm).** Son y Salsa es un espacio que permite compartir con todo el público los subgéneros de la salsa pos producidos desde distintas partes del mundo, además será abordado con la historia de los artistas, canciones que fueron éxito, crónicas, conciertos, entrevistas y reportajes.
- **Radio beat (Jueves de 6:00pm a 8:00pm).** Magazín electro show enfocado al género electrónico. Busca exponer lo más relevante de toda la cultura electrónica tanto en Colombia como a nivel mundial. Entrevistas, invitados especiales, nuevos talentos, sets exclusivos, etc.
- **Son tropical (Viernes de 6pm a 8pm).** Espacio musical en el que se busca darle protagonismo al género musical merengue, acompañado de datos culturales en torno a diferentes artistas y acontecimientos relevantes de la historia mundial. El objetivo del programa es que los oyentes se sientan identificados con la música, al mismo tiempo que se van empapando de cultura general.
- **Música tadeista Óyeme UJTL.** De domingo a domingo música Rock, Pop, Americana, Baladas, Clásicos en inglés y español, Tropicop, Salsa, Merengue, Vallenato.

La programación de Óyeme UJTL está compuesta por un 60% de espacios musicales y un 40% de programas hablados.

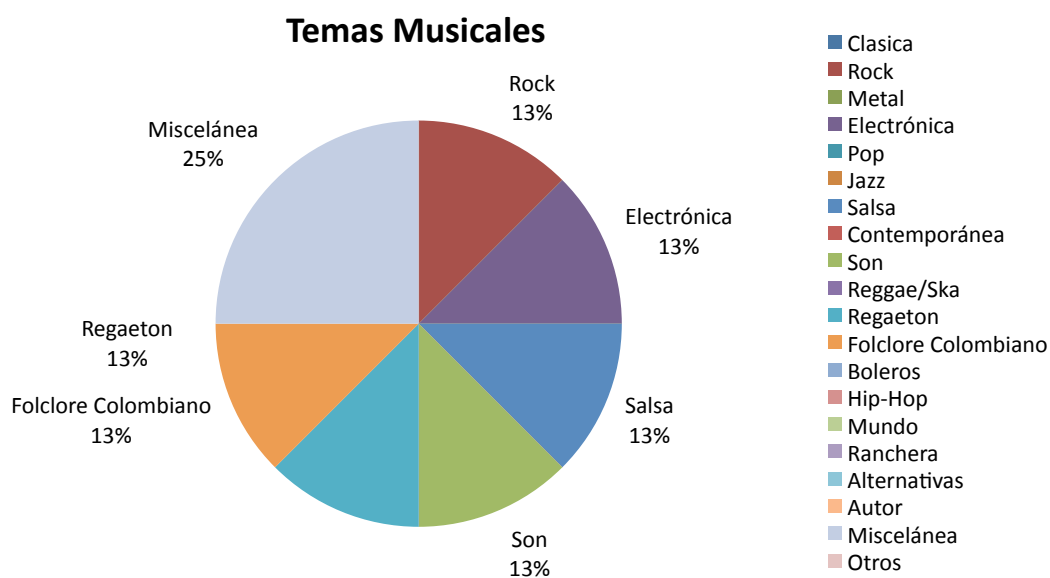


En cuanto a la finalidad de los programas, el **28%** tiene una **finalidad cultural**, con un **24%** le siguen programas con objetivos de **entretenimiento** e **informativos**. En tercer lugar le siguen programas de carácter **institucional** y **social**, con un **12%**. En la

programación de Óyeme UJTL **no existen** programas cuya finalidad sea **educativa** y **divulgativa**.



En cuanto a los temas musicales que componen la programación de la emisora virtual, el espacio musical que más presencia tiene, con un **29%**, es el de música **crossover** en formato **lista de reproducción**. Le siguen, todos con un **14%**, programas temáticos de música Rock, Electrónica, Salsa, Son y Merengue.



En cuanto a los temas que tratados en los programas de la emisora, observamos que los contenidos más tratados se centran en los **deportes**, seguidos por temas de **sociedad** y de **ocio y cultura**.

Área	Número de libros
Política	1
Economía	0
Historia, geografía y	1
Información Internacional	0
Comunicación	0
Salud	0
Religión	0
Deportes	5
Derechos Humanos	0
Derecho	0
Ciencia y Tecnología	0
Arquitectura y Diseño	1
Sociedad	3
Relaciones Internacionales	1
Filosofía	0
Emprendimiento	0
Sociología	0
Desarrollo	0
Ingeniería	0
Agropecuario	0
Idiomas	0
Ocio y Cultura	3
Literatura	0
Vida Universitaria	0
Promocional	0
Administración	0
Matemáticas	0
Conflicto Colombiano	0
Dramatizado-Ficción	0

HJUT tiene una licencia Comercial⁸⁹ que emite a través de frecuencia modulada 106.9 MHz, con una cobertura tipo Zonal que abarca la ciudad de Bogotá, municipios aledaños y la Sabana de Bogotá. De forma paralela retransmite su señal analógica a través de Internet en la página web <http://www.utadeo.edu.co/es/micrositio/emisora-hjut>, a una calidad de sonido de 64 Kbs. A través de la página se puede consultar la programación, así como información complementaria: el boletín HJUT, el archivo de la emisora, noticias y otros datos. La emisora cuenta con perfil en Facebook: <https://www.facebook.com/hjut106.9>; y Twitter <https://www.facebook.com/hjut106.9>

⁸⁹ Anexo A-PROT-04

En cuanto a Óyeme UJTL⁹⁰, es una emisora web que no requiere licencia de emisión, que emite a una compresión de 64Kbps. Su web está alojada en el portal de la universidad <http://www.utadeo.edu.co/es/micrositio/emisora-oyeme-ujtl>, en la que se pueden encontrar noticias variadas, descripción de los programas e integrantes de la emisora. Cuenta con una Web Cam fija que muestra el estudio. Dispone de perfiles en redes sociales como Facebook <https://www.facebook.com/oyemeujtl?fref=ts> y Twitter [@Oyeme_UJTL](https://twitter.com/Oyeme_UJTL)

Internet									
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web
Bitrate	Codificación	Auditions	Propio	Externo	iTunes	No	Facebook Twitter Youtube	Tunein	Sí
64	S. Cast/ Ys		X						

9.1.3.5. Difusión

A partir de la programación, de su sistema productivo y de los elementos de distribución de cada una de las emisoras, podemos determinar que el Público Objetivo de HJUT se caracteriza por ser adulto, adulto-mayor. Son personas, según manifiesta la emisora, de estrados medio altos y altos. Eso se puede corroborar con el tipo de patrocinadores que contribuyen económicamente con la emisora: bancos, clínicas privadas, tiendas especializadas en música, grandes fundaciones, etc. En definitiva, una audiencia melómana, con una estética conservadora y gusto por la música clásica y conocedora de sus diferentes manifestaciones y épocas.

Mientras que el de la emisora virtual, Óyeme UJTL, está conformada por un perfil juvenil, entre los 16 y 28 años, en su mayoría estudiantes de la propia universidad, tanto alumnos de Comunicación Social-Periodismo y Tecnología en Producción Radial, como de otros programas de la institución. Su Público Objetivo son personas con interés en contenidos de entretenimiento e informativos, que buscan temas deportivos, de ocio y cultura, que tienen gustos musicales variados al estilo “éxitos”, pues la franja musical de la radio abarca un gran porcentaje de la emisora.

⁹⁰ Anexo A-PROT-05

9.1.4. Universidad Distrital Francisco José de Caldas: LAUD Estéreo

Fechas de análisis: 31 de julio de 2013

La Universidad Distrital Francisco José de Caldas es una institución autónoma de educación superior, de carácter público, constituida esencialmente por procesos y relaciones que generan estudiantes y profesores identificados en la búsqueda libre del saber.

La universidad se fundada en el año de 1948, bajo el nombre de Universidad Municipal de Bogotá. Fue una Universidad creada por el Concejo de Bogotá, para darle educación a los jóvenes más pobres de la ciudad. La Universidad aún mantiene este signo y busca garantizar el acceso de las capas menos favorecidas con lo cual ascienden a la escala social de valores como una forma de justicia y equidad social.

Según la universidad, “es un espacio para la apropiación, cuestionamiento y enriquecimiento del saber universal. Apropiación en cuanto está llamada a atesorar el patrimonio común de la cultura; cuestionamiento en la medida en que somete los múltiples aportes del quehacer de la inteligencia al escrutinio riguroso de la crítica; enriquecimiento, en el sentido de que la asimilación del saber es el punto de partida para ampliar, mediante la investigación y la creación, sus fronteras”⁹¹.

La Universidad Distrital Francisco José de Caldas contempla, como objetos misionales, el ejercicio de la investigación, la docencia y la extensión. De la misma forma, adopta la fusión de guardar de la herencia cultural, el repensar la realidad social en términos de edificar un orden social democrático, justo, solidario y equitativo y la proyección hacia la comunidad del resultado de la acción y reflexión universitarias y ejercer el liderazgo que dinamice el conjunto social y tienda al logro de una sociedad más justa y equitativa.

9.1.4.1. Variable Empresarial y Organizativa

Como institución de Educación Superior y atendiendo a la función social de las universidades, contempla como ejes misionales la Formación, la Investigación y la Extensión y Proyección Social⁹²:

⁹¹ <http://udistrital.edu.co/universidad/quienes-somos/historia/> Fecha de consulta 31/07/2013

⁹² Anexo A-EST-05

- **Formación:** La Universidad fundamentada en sus principios, fomenta y propicia el desarrollo cultural, filosófico, científico, tecnológico, artístico, pedagógico y ético en los diferentes campos del saber como factor de modernidad y cambio en la sociedad colombiana. Por su carácter de Centro de Educación Superior propicia todas las formas de búsqueda e interpretación de la realidad. Cumple con la función de re-elaborar permanentemente y con espíritu amplio las distintas concepciones del mundo y buscar nuevas formas de organización social, en un ambiente de respeto de la autonomía individual y a las libertades académicas, de investigación, de expresión, de asociación, de información, de aprendizaje y de cátedra.
- **Investigación:** La investigación es una actividad permanente, fundamental e imprescindible y el sustento del espíritu de la Universidad Distrital. Está orientada a ampliar los distintos campos del saber, a crear y adecuar tecnologías. En esa medida, tiene como finalidad, fundamentar, orientar y viabilizar la formación de líderes de su campo para buscar soluciones a los problemas de la comunidad.
- **Extensión y Proyección Social:** La enseñanza, investigación y la extensión están orientadas a satisfacer y atender conveniencias del país y del Distrito Capital de Bogotá, así como el imperativo de la unidad nacional, de acuerdo con los principios de planeación, procurando la armonía con los planes de desarrollo económico y social, tanto de Orden Nacional como Distrital.

La universidad, como elemento de extensión, adscrito a la Vicerrectoría Académica, cuenta con una emisora de radio, LAUD Estéreo “La verdadera alternativa de la radio”, que se plantea como una dependencia que tiene como misión difundir la cultura, la ciencia y la tecnología en Bogotá, a través de una programación orientada hacia el interés público, haciendo énfasis estratégico en la música latinoamericana como identificación, distinción y diferenciación de la Emisora. Además, ser puente de interacción entre la Universidad y el entorno social (Comunidad, Entidades centralizadas y descentralizadas, ONG’s, etc.), cumpliendo con el objetivo social que la academia persigue.

LAUD Estéreo⁹³ tiene como objetivos facilitar a la comunidad, tanto interna como externa de la Institución, la divulgación de sus actividades en los campos científico, tecnológico, social y cultural; suplir las necesidades insatisfechas de comunicación y divulgación de los estudiantes, profesores y trabajadores de la Universidad; colaborar en el posicionamiento de la Universidad, como Ente Autónomo de Educación Superior del Distrito Capital, en la ciudadanía bogotana; y consolidar el sentido de pertenencia de la comunidad interna y externa, hacia la Universidad Distrital.

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad Distrital Francisco José de Caldas		Público	Bogotá	1	Interés Público
Adscripción	Vicerrectoría Académica	Rector	Roberto Vergala (E)	Unidad	
Director Radio	Alfredo Ardilla Godoy				
Nombre Emisora	Laud Estéreo. “La verdadera alternativa de la radio”				
Presupuesto	Interno				
Objetivo	Extensión - Política				

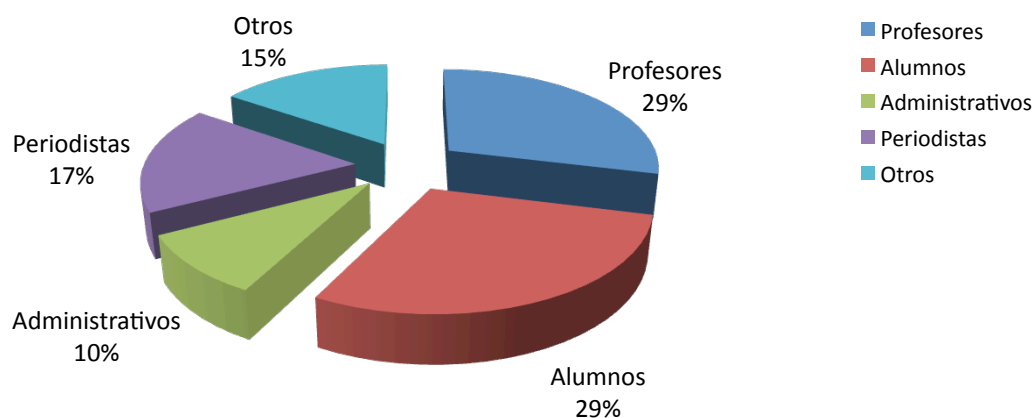
9.1.4.2. Productiva

LAUD Estéreo está conformada por **52 integrantes**⁹⁴, de los cuales el **29%** son **profesores**, al igual que **alumnos**, el **17%** **periodistas**, **otros 15%** y el **11%** **administrativos**.

⁹³ Anexo A-ENTR-07

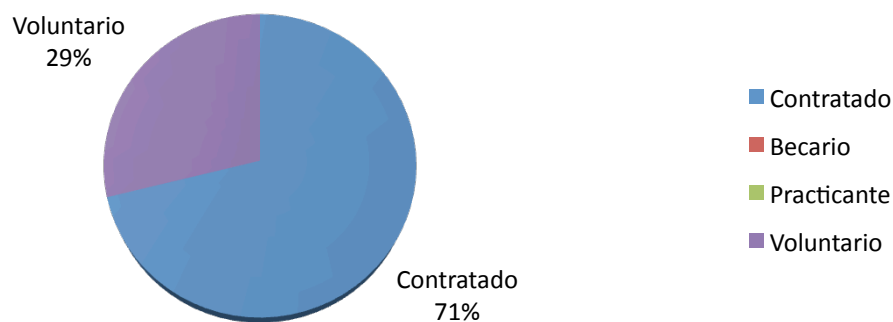
⁹⁴ Anexo A-PROT-06

Perfiles del equipo de Producción



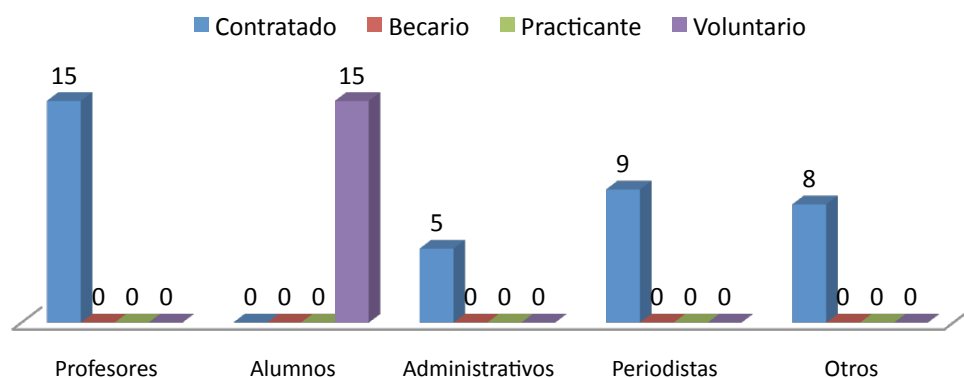
En relación al tipo de vinculación que mantienen con la emisora, el **71%** son **contratados** y el **29%** **voluntarios**.

Tipo de Relación



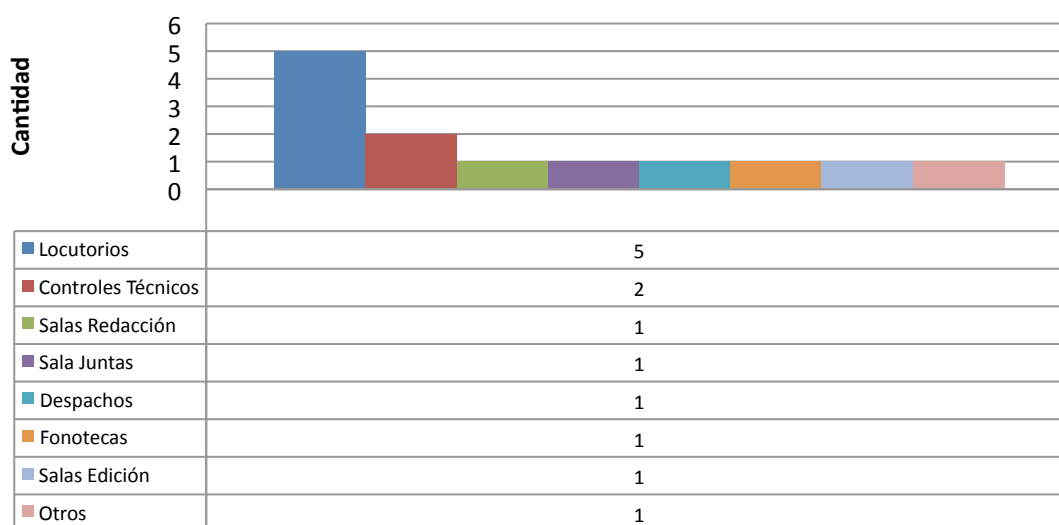
Ahora bien, el tipo de relación por perfil es la siguiente: los profesores son todos contratados, por la universidad, pero realizan actividades en la emisora. Los alumnos son voluntarios, los administrativos y periodistas son contratados. Otros, conformado por personal de servicios y externos, también son contratados.

Relación por Perfil

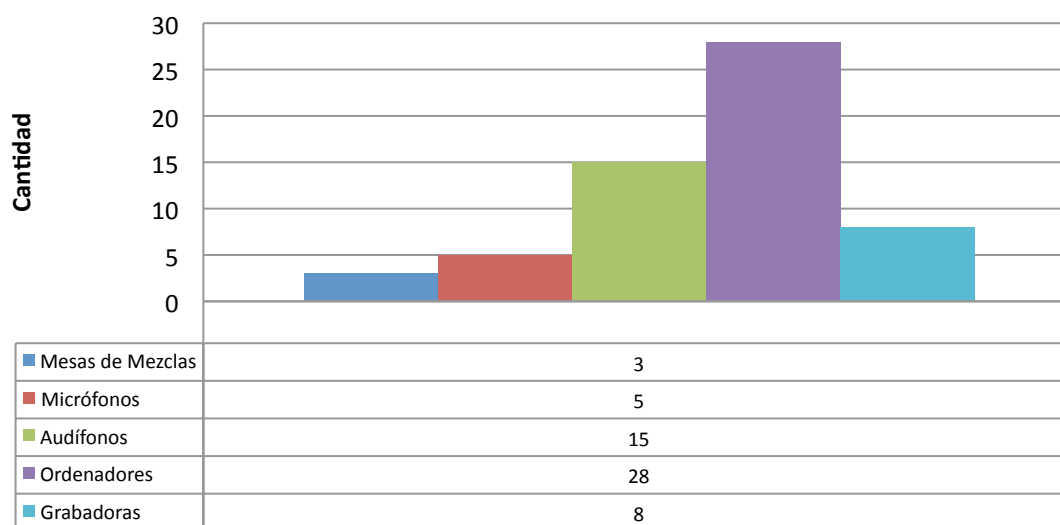


La emisora de radio cuenta con múltiples instalaciones que le permiten llevar a cabo una producción variada, de alto carácter periodístico y en directo. Dispone de 3 mesas de control, 15 micrófonos y audífonos. Emplea el software de edición *Sound forge* y el programa de gestión de audio *Zara Radio Estudio*.

Espacios de Producción



Elementos de Producción



9.1.4.3. Programación y Contenidos

La programación de LAUD Estéreo⁹⁵ tiene una estructura mixta, configurada por franjas temáticas semanales y bloques tipo mosaico. La programación se inicia a las 24 horas. Se intercalan franjas musicales de lunes a domingo y de lunes a viernes, según el programa, como Música Radio Francia Internacional y Música Iberoamericana y del Caribe, con franjas informativas producidas por la emisora (Revista de la Mañana) o por radios internacionales como el Noticiero y Magacín de Radio Francia Internacional. Entre esas grandes concepciones de franjas musicales e informativas se intercalan, desde las 5 de la mañana y hasta las 8 de la noche, con programas tipo mosaico.

La programación tiene una periodicidad anual y se concibe a partir del trabajo entre el Director de la emisora y el Coordinador de Programación. No existe un comité de programación interdisciplinar, más allá de las acciones entre dirección y coordinación. La emisora cuenta con un manual de estilo para los contenidos y para la página web y las redes sociales.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
No	Sí	No	Sí	Anual	Sí	Sí

⁹⁵ Anexo A-PROG-08

- **Radio Francia Internacional – RFI (lunes a domingo 5:00 – 5:30; de 07:00 a 07:30 y de 11:00 a 11:30)** Programa de la radio pública de Francia con emisión al extranjero. Sus emisiones en español por onda corta para Latinoamérica constan de un informativo cuya duración es de 30 minutos, emitiéndose a las 5:00 AM (hora Colombiana).Sitio Oficial RFI.
- **Amantes de la Pecosa (Lunes – Viernes 5:30 a 7:00).** Espacio que nació en el año 2006 durante el mundial de Alemania, en su inicio el programa se hizo durante la última hora de Amantes del círculo polar, el programa volvió cuatro años después en el marco del mundial de Sudáfrica, en esa ocasión el programa se hizo en la mañana durante una hora. Ahora el deporte tiene su lugar y su espacio en la radio universitaria de lunes a viernes de 5:30 a 7: 00 de la mañana con la realización de Pedro López y Andrés Vallejo. El programa informa y opina sobre los temas más importantes a nivel deportivo en el mundo. Además de la información tiene invitados quienes cuentan sus experiencias y hablaran de forma didáctica sobre cada disciplina.
- **Revista de la Mañana.** Lunes – Viernes 7:30 a 10:00. Programa en directo, que inició sus emisiones en el año 2000, su contenido se caracteriza por tratar temas de actualidad e interés para la ciudadanía como: cultura, ciencia, tecnología, arte, temas social, entre otros; con la participación complementaria de Radio Francia Internacional - RFI, vía satélite desde París. El objetivo de la Revista de la Mañana es el de formar opinión, aproximar conocimientos, compartir saberes, tolerar posiciones y proyectar nuevas visiones; fundamentados en los principios básicos del periodismo como lo son la objetividad, veracidad y la imparcialidad, a los cuales se les agrega entretenimiento e informalidad. Por eso es importante para la realización de este programa, contar con la presencia de personas, personajes y protagonistas de los diferentes temas a tratar, los cuales asisten a nuestros estudios o participan vía telefónica. El equipo está conformado por los periodistas: Alfredo Ardila Godoy, Sonia Diazgranados y Lisseth Marín, acompañadas en el control master de Pedro López. Actualmente, se emite de lunes a viernes de 7:30 a.m a 10:00 a.m.
- **Música Iberoamericana y del Caribe (lunes – viernes).** Programación musical enfocada en los ritmos Iberoamericanos y del Caribe, donde se trata la vida y obra de los artistas, además de noticias, recomendados y actividades culturales.

Emitido los lunes y martes de 5:30 a 7:00 am de 10:00 a 11 am de 11:30 a 12:00 pm de 1:30 a 4:00 pm de 4:30 a 5:00 pm y los miércoles de 1:30 a 4:00

- **Música y Músicos de Colombia.** Lunes – Domingo de 12:00 a 13:00. Música y Músicos de Colombia es el espacio folclórico de la emisora que se emite desde el año 2000, dedicado a difundir y preservar la música típica de Colombia, en las voces e instrumentos más representativos de su folclor. Una hora donde se realiza un recorrido por los diferentes paisajes musicales, compuesto por los ritmos que hacen destacar cada región, cada costumbre, cada hecho que alimenta la historia de Colombia. Pasillos, guabinas, bambucos, cumbias, porros, vallenatos, currulao joropo, entre otros, son los géneros que acompañan las anécdotas, que generación tras generación mantienen vivo el patrimonio colombiano. Música y Músicos de Colombia incursiona en el cubrimiento o difusión de las diferentes actividades culturales que expresen de una u otra manera nuestro folclor, con el objetivo de mantener vigentes las costumbres y así mismo contribuir a la tarea de no perder la identidad. En esta estructura se incluyen especiales de música colombiana y/o eventos de este tipo de música programados por alguna entidad privada o del Distrito. De Lunes a Domingo 12:00.
- **Facetas.** Lunes de 13:30 a 14:20. Es un espacio periodístico que busca entrevistar a personajes ya sean conocidos o no y mostrar su otro lado, el que nadie conoce o no recuerda. Políticos, periodistas, ambientalistas, actores, músicos, pintores, en fin todo aquel que tenga una historia que contar. Coordinado, producido y presentado por Sonia Diazgranados.
- **Amantes del círculo polar.** Lunes a Viernes de 17:00 a 20:00. Programa cuyos contenidos abarcan el intenso movimiento cultural en sus diferentes facetas. Información local, nacional y mundial acerca de nuevas propuestas musicales, recomendados de cine, agenda de actividades, teatro, artes plásticas, exposiciones, guía de tiempo libre y novedades literarias, entre otras temáticas. La investigación forma parte de la esencia de este cotizado espacio, además de un contacto permanente con personajes de la vida cultural. El resultado son tres horas al aire, de lunes a viernes, con un ameno y variado programa radial.
- **Bajo la Luz de la Luna.** Lunes a Jueves de 20:00 a 24:00. A partir de las ocho y hasta la media noche. Espacio que transmite clásicos de los años 50s, 60s, 70s, 80s y 90s; en los géneros rock, pop, doo wop, rock & roll, new wave, hard rock,

rock progresivo, disco y rock en español entre otros. Lunes a jueves de 8:00 pm a 12:00 m.

- **Ciberplaneta LAUD.** Martes de 13:30 a 14:30. Es una propuesta periodística que une dos temas: la tecnología y el medio ambiente. Contará con informes, crónicas, actualidad e invitados especializados que ampliarán dichas temáticas. También se dan a conocer las investigaciones que se adelantan por parte de los programas de ingeniería y medio ambiente de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. El programa estará a cargo de la periodista Lisseth Marín quien innovará con la propuesta radial buscando que los oyentes piensen cómo, desde la cotidianidad, pueden ayudar a mejorar el medio ambiente y conozcan los avances tecnológicos. Se transmite todos los martes de 1:30pm a 2:30pm
- **Punto de Vista.** Martes de 16:00 a 17:00. Punto de Vista es el espacio de opinión del Consejo Superior Universitario. Es un programa en doble vía que pone en contacto a la comunidad, con expertos en temas de actualidad universitaria, regional, nacional e internacional que representen opiniones distintas, con la moderación de un tercero, sobre un tema específico. La participación de la comunidad universitaria en el debate, no sólo lo enriquecerá, sino que validará el objetivo del programa que es abrir puertas y crear caminos de diálogo sobre temas que marcan el presente y el futuro de la Universidad. Todos los martes a 4 a 5 de la tarde
Equipo de Trabajo Foro Abierto CSU:
Coordinador Foro Abierto CSU: José David Lamk Valencia; Representación Musical: Leonardo Gómez Paris; Representante Vicerrectoría Académica: Ricardo Moreno; Comunicadora y Diseñadora: Johanna Ruiz Gordillo; Web Máster: Antonio José Rojas Alarcón.
- **Conectados.** Miércoles de 14:00 a 15:00. Espacio de música en vivo, realizado todos los miércoles de 2:00 PM a 3:00 Pm en el cual se tienen invitados, agrupaciones y/o artistas musicales que presentan sus canciones o producciones en vivo, aportando así el apoyo a los nuevos músicos que aparecen a diario en el país.
- **Rel- ACCIONES.** Miércoles de 16:00 a 16:30. Programa semanal del Centro de Relaciones Interinstitucionales -CERI-. Espacio para dar a conocer las acciones interinstitucionales de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas en el ámbito local, nacional e internacional, para promover la inmersión y participación de la institución en la sociedad del conocimiento.

- **Irradiarte.** Miércoles de 16:30 a 17:00. Programa de la Facultad de Artes ASAB, de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. El objetivo del programa es difundir, divulgar y promover la información académica, artística y cultural de la Facultad en un contexto transdisciplinar.
- **Mano a Mano.** Jueves de 15:00 a 16:00 y de 16:30 a 17:00 horas. Programa creado en el 2010, con el fin de conocer un poco más acerca de los artistas por medio de su biografía, discográfica y datos curiosos, en este espacio se enfrentan dos artistas de la programación habitual de los 90.4 FM, con música iberoamericana y del caribe. Géneros como el son cubano, la trova cuba, la música del Brasil, el flamenco, música andina, el pop, el reggae y el rock son tomados en cuenta para la realización del programa. Conduce Danny Tamayo.
- **Top 15.** Éxitos musicales en ranquin. Viernes de 13:00 a 15:00.
- **LAUD en Salsa.** Viernes de 20:00 a 00:00 y Sábados de 18:00 a 00:00. Los sonidos del Caribe Insular y Continental para los formatos: el son, la salsa y el latín jazz. Músicas que han cautivado a diferentes generaciones y las mismas las han utilizado para la reunión, el baile, la danza y la propia música, con exponentes de trayectoria y con la participación de las nuevas generaciones. Entrevistas e invitados a estudio con la intervención de los oyentes. Didáctico y cultural. Viernes 8:00 pm y sábado 6:00 pm
- **Revista Universitaria.** Sábados de 07:30 a 09:00. Espacio que se emite desde el año 2002, en el que se difunde la información académica y cultural de los diferentes Proyectos Curriculares de las cinco Facultades de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, contando con la presencia de estudiantes, egresados, docentes y administrativos. Para la realización de los programas, se han desarrollado eventualmente reuniones con los delegados de las diferentes Facultades para la selección de temas a tratar, cuyo objetivo es dar a conocer las investigaciones, acreditaciones, eventos, programación cultural, trabajo de semilleros y trabajo social. Un espacio abierto para las diferentes actividades, convocatorias; acompañamiento a egresados de la universidad que realizan prácticas o intercambio en otros países, procesos y noticias que ocurren dentro de la Universidad, expresadas por sus protagonistas, con el seguimiento informativo y profesional de los periodistas y Comunicadores de la emisora de radio.

- **Hablemos de educación.** Programa sobre pedagogía y educación. Sábados de 09:00 a 10:00.
- **Tripulantes.** Sábados de 10:00 a 10:30. Programa de la Cátedra UNESCO en Desarrollo del Niño, de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas en Bogotá, Colombia. Es un espacio educativo, informativo, divertido y entretenido dedicado a los niños y jóvenes que se preparan para afrontar el reto de crecer, de aprender, de establecer relaciones con los demás. María Clara, Nico, Alejo y Julián se convierten en los Tripulantes, viajeros, aventureros, recolectores de información que viajan en una Radionave que les permite ir a otros lugares, conocer personas de otros mundos y llegar a miles de hogares bogotanos. Cada sábado uno de ellos llega con una anécdota que vivió, una historia que escuchó o un suceso que vio, y se lo cuenta a sus amigos, que analizan y comentan desde su propia perspectiva. El equipo detrás de los micrófonos: Dirección General: Flor Alba Santamaría, Libretos: María José Román; Edición y realización: Milena Forero Sonorización: Ángel Romero Asistente de producción: Johan Arenas Gestión virtual e invitados: Nadia Rojas Ingenieros de sonido: John Gómez y Jairo Buitrago
- **Pensar la Acción.** Sin información. Sábados de 10:30 a 11:00.
- **Voces y Regiones de Bogotá.** Sábados de 11:00 a 11:30 y de 14:00 a 14:30. Este 27 de julio inicia en Bogotá el programa radial “Voces Y Regiones” el espacio para compartir las experiencias, logros y avances de los líderes en Colombia que han desarrollado procesos para el beneficio de la comunidad, un programa de la Dirección para la Democracia, la Participación Ciudadana y la Acción Comunal del Ministerio del Interior. Con la intervención de Líderes de comunidades comunales, mujeres, discapacidad, LGBTI, entre otras, harán parte de este propósito y darán a conocer sus regiones a través de 30 emisiones que visibilizarán las comunidades.
- **Zona Escolar.** Sábado de 14:30 a 17:00. El programa radial Zona Escolar, emitido todos los sábados a las 2:30 de la tarde por LAUD 90.4 FM Estéreo, es un espacio de participación y socialización de diversos actores de comunidades educativas públicas y privadas de Bogotá. Esta iniciativa generada por la Especialización en Pedagogía de la Comunicación y Medios Interactivos, la Maestría en Educación y Comunicación de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas y la LAUD 90.4 FM ESTÉREO, promueve la reflexión e

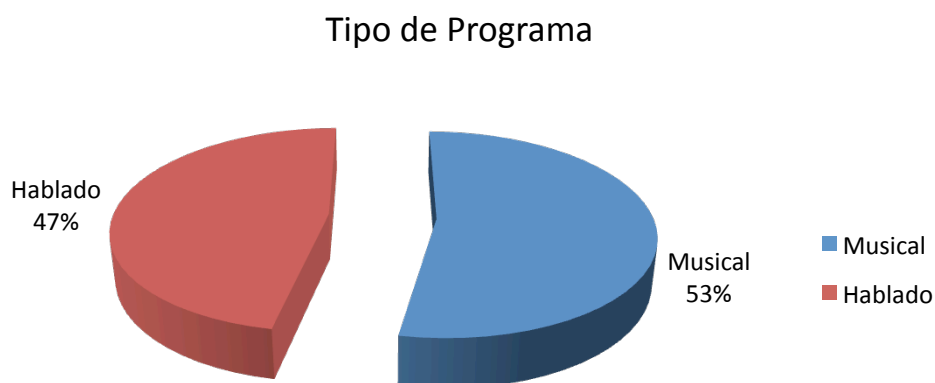
interacción entre estas comunidades educativas, que participan en vivo o pregrabado sus propuestas en amplios y variados formatos radiales, dando cuenta de sus experiencias escolares y extraescolares, y de las inquietudes juveniles frente a la actualidad social, política y cultural. Cada temporada se elige una temática que, por su importancia y actualidad, es el eje que articula todas las emisiones del año; así por ejemplo se trabajó sobre el acontecimiento de Bogotá como capital mundial del libro (2007), el año de la Astronomía y el aniversario de Darwin (2009), el Bicentenario de la Independencia (2010). Zona Escolar es un espacio abierto a todos los docentes, estudiantes, padres de familia, y miembros de la comunidad académica, para que comuniquen y hagan uso de la radio alternativa y universitaria de Bogotá. Realizadores de programa: Darwin González, José Luis Pérez, Boris Bustamante, Javier Rosero y Miguel Ángel Nicols.

- **Frecuencia Ambiental.** Domingos de 08:00 a 09:00. Programa de la facultad del Medio Ambiente y Recursos Naturales de la Universidad Distrital Francisco José tiene como objetivo difundir, divulgar y promover la información académica, de investigación, extensión y cultural de la Facultad, dentro de un contexto transdisciplinar en la realización del análisis de los diversos temas que tiene que ver con el ambiente y los recursos naturales para, desde allí, procurar que el público objetivo se encuentre informado y en sintonía con el planeta.
- **Voces y Regiones de Cundinamarca.** Domingos de 09:00 a 09:30.
- **Protagonistas del Ayer.** Domingos de 10:00 a 11:00. Protagonistas del ayer emitido todos los domingos de 10:00 am a 11:00 am por LAUD 90.4 FM ESTÉREO, es un programa especializado en música antigua, su contenido se caracteriza por hacer un recorrido por la música romántica, recordando compositores y temas clásicos con sus recopilaciones selectas de los años 70, 80, 90, 2000. Trasmitiéndose desde el año 2010, el programa se ha convertido en un espacio propicio para proyectar la importancia de los artistas más representativos de este género, manteniendo el valor que este ha tenido a través de los años en la sociedad, recorriendo la historia por medio de sus canciones, biografía, discográfica y datos de interés.
- **¿Qué está Paz-Ando?** Domingos de 11:00 a 12:00 y de 14:00 a 14:30. El programa radial ¿Qué está paz-ando? es realizado por el Instituto para la Pedagogía, la Paz y el Conflicto Urbano de la Universidad Distrital Francisco

José de Caldas - Ipazud -, el cual concentra sus esfuerzos en el análisis de las diversas formas localizadas del conflicto y las violencias para, desde allí, procurar el fortalecimiento ciudadano desde la plenitud del ejercicio de los derechos hacia una democracia sustentada en la equidad social, la diversidad cultural y el pluralismo político.

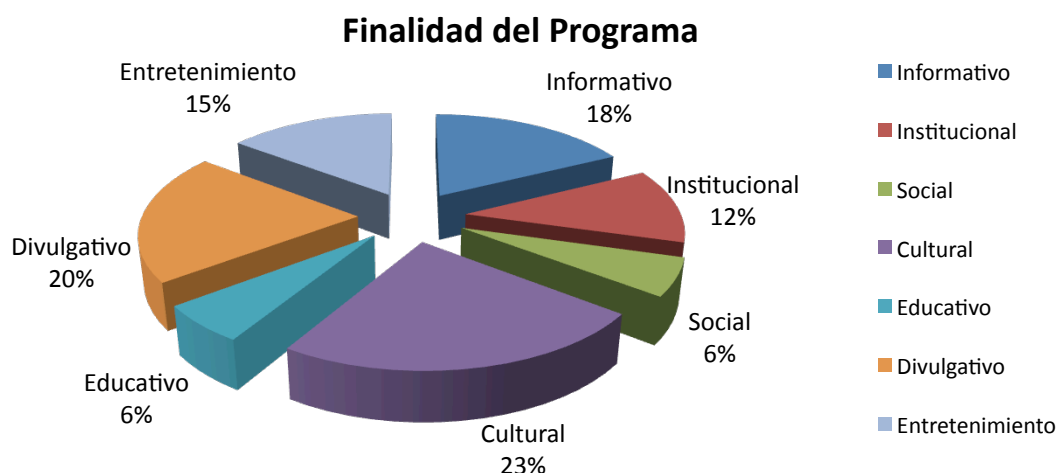
- **Los Tenores del Vallenato.** Domingo de 12:00 a 14:00.
- **Taking Wing.** Domingos de 18:00 a 20:00. Programa cultural hablado ‘in english’, a veces en alemán, francés, italiano y portugués. Este magacín creado por el Instituto de Lenguas de la Universidad Distrital (ILUD), bajo la conducción de Johanna Melo y con la compañía de expertos en diversos temas, busca el acercamiento a los idiomas y los temas de interés para practicar el inglés.
- **Sonido Inmortal.** Domingos de 20:00 a 22:00. Programa dedicado a los sonidos extremos del rock y sus expresiones más intensas y una completa información de la escena del metal local, con la participación de invitados especiales. Este espacio se emite los domingos de 8:00 a 10:00 de la noche.

Según el tipo de programa de LAUD, podemos apreciar que el **53%** son de tipo **musical**, frente al **47%** de carácter **hablado**.

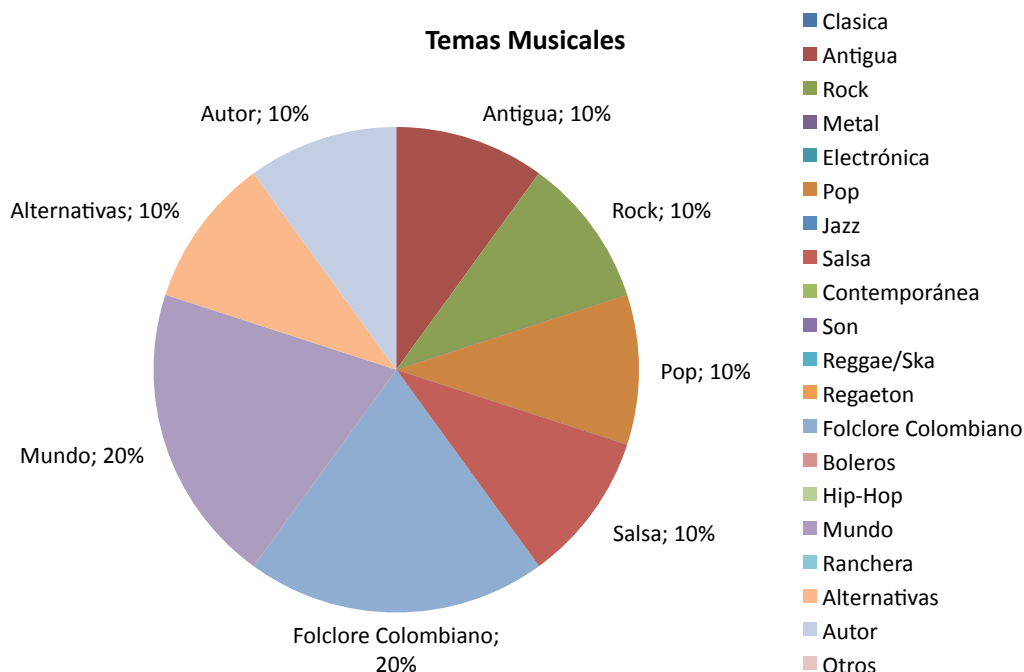


En cuanto a la finalidad de la programación, podemos apreciar que existe un **equilibrio** entre las diferentes finalidades de los programas: la carga de los programas **culturales** es de un **23%**, de los **divulgativos** un **20%**, de los programas **informativos** un **18%**, de

entretenimiento un **15%**, los programas **institucionales** representan un **12%** de la programación, y los **educativos** y **sociales** un **6%** cada uno.

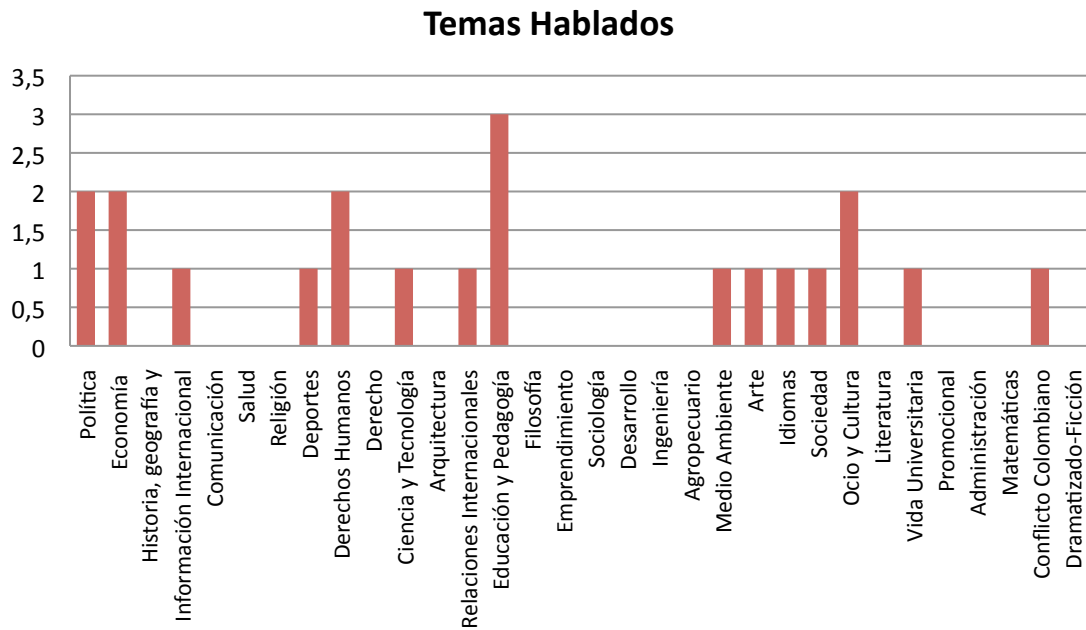


En cuanto a los temas musicales, observamos que el 20% de los contenidos musicales hacen referencia a músicas del mundo y otro 20% a música Colombiana. Si sumamos estos dos 20% estaríamos hablando de un **40% de música de Latinoamérica y el Caribe**, que es uno de los identificadores de la emisora, en relación al resto. Con un **10%** encontramos **músicas de autor y compositores**; y con un **10%**, **rock, pop, alternativas y salsa**.



En cuanto a los temas tratados, podemos apreciar que, fruto de los programas informativos como La Revista de la Mañana, tratan temas de actualidad política,

económica y social de la ciudad de Bogotá. También manejan contenidos de información internacional (noticiero de Radio Francia Internacional). Como programas temáticos destacan los contenidos de Educación y pedagogía, hasta tres programas, derechos humanos y paz y ocio y cultura. En menor medida, pero igualmente importantes pues tienen espacios específicos, encontramos programas centrados en el medio ambiente, la vida universitaria, las relaciones internacionales, el idioma inglés o el Arte.



9.1.4.4. Distribución

LAUD Estéreo⁹⁶ emite por radio frecuencia a través de una licencia de Interés Público, por Frecuencia Modulada 90.4 MHz. De forma paralela retransmite sus señal por la página web <http://laud.udistrital.edu.co/>.

Cuenta con perfil en redes sociales como Facebook <https://www.facebook.com/laud90.4estereo> y Twitter @laudestereo Tiene servicio de podcast en la página web y cuenta con la aplicación de escucha en dispositivos móviles tunein.

Radio Frecuencia							
Licencia	Frecuencia	Emisor	Antena	Categoría de Cubrimiento			Área geográfica de Cubrimiento
Interés	F.M. 90.4 MHz	Potencia	Altura	Zonal	Zonal Restringido	Local Restringido	Bogotá y municipios

⁹⁶ Anexos A-PROT-06

Público			15 Kw	3137 m.s.n.m.						
Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación		Propio	Externo						
			X							
						Sí	Facebook Twitter	Tunein	Sí	No

9.1.4.5. Difusión

Laud Estéreo, cuyo lema es “La verdadera alternativa de la radio en Bogotá”, se presenta como un medio alternativo en dos dimensiones: como medio de comunicación, pues ofrece una serie de contenidos informativos, musicales y culturales centrados en el Distrito Capital, y como radio universitaria, pues se atreve a ofrecer una información local e informativa que otras radios de instituciones de educación superior no hacen.

Por los contenidos que manejan, por la forma en que estructuran la programación y por los sistemas de distribución, podemos decir que el Público Objetivo de Laud Estéreo está conformado por la población de Bogotá, de estratos medio-medio, medio alto, con estudios profesionales y gustos musicales centrados en músicas de Latinoamericana y del Caribe, contemporánea y de grupos emergentes del panorama bogotano, para la programación de lunes a viernes. La programación de fin de semana abre su concepción a un público joven y adulto mayor: programas infantiles, de música antigua, sociales y folclore colombiano.

9.1.5. Universidad de la Sabana: Unisabana Radio

Fechas de análisis: 23 de julio de 2013

La Universidad de la Sabana es una institución de educación superior privada, fundada en 1979 por la Asociación para la Enseñanza (ASPAEN), perteneciente a la prelatura católica del Opus Dei.

La Universidad de la Sabana busca que “profesores, alumnos y demás miembros del claustro universitario se comprometan libremente, **en unidad de vida**, con **coherencia de pensamiento, palabra y acción**, a buscar, descubrir, comunicar y conservar la **verdad**, en todos los campos del conocimiento, con fundamento en una concepción cristiana del hombre y del mundo, como contribución al progreso de la sociedad”. De igual manera, fomenta la realización del **trabajo**, vivido **como servicio y medio** para construir una **sociedad justa**, pacífica y solidaria. Para eso, se relaciona con todos los sectores de la sociedad, y contribuye con legítimas soluciones a sus múltiples y complejos problemas, mediante un trabajo interdisciplinario, competente y solidario, resultado de la acción articulada de investigación y docencia, que mira al bien común, a la convivencia y cooperación entre los hombres, sin discriminación alguna, y al **reconocimiento** incondicionado de la **vida** humana, de la **persona** y de la **familia** en la sociedad.⁹⁷

9.1.5.1. Variable Empresarial y Organizativa

Los principios de la Universidad de la Sabana se basan en la búsqueda, descubrimiento, comunicación y conservación de la verdad, a partir de la visión cristiana del hombre y del mundo.

Si bien la Universidad es obra del apostolado del Opus Dei, la institución de educación superior es autónoma; la Prelatura del Opus Dei asume únicamente la responsabilidad de su orientación cristiana. No es, por tanto, la Universidad confesional, es decir, no es oficial ni oficiosamente católica.

⁹⁷ Anexo A-EST-06

Atendiendo a la búsqueda y comunicación de la verdad, la Universidad de la Sabana velará por⁹⁸:

- La articulación necesaria entre razón y fe.
- El diálogo permanente y el respeto por la discrepancia.
- La máxima apertura a la verdad, sin restricciones derivadas de escuelas, de definiciones en el campo de lo que es de suyo discutible o revaluable, y sin limitaciones nacidas de las legítimas opciones adoptadas por las personas que trabajan en ella.
- La integración de los diferentes saberes, según la naturaleza, extensión y complejidad de su objeto y método propio, siempre en el marco del rigor y de la honestidad intelectual, en un ejercicio multidisciplinar y transdisciplinar.
- La universalidad, de manera que la pluralidad de las personas y la diversidad de los saberes se articulen en torno al conocimiento de la realidad.
- La libertad de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra, dentro de las exigencias de la verdad y del bien común y en el marco de la rigurosidad científica y de la responsabilidad moral, tanto personal como social.
- La disponibilidad de 3211 apoyo de los más avanzados medios de investigación, docencia y proyección social.

Atendiendo a la inspiración cristiana del hombre y del mundo, deberá velar por⁹⁹:

- El respeto a la dignidad trascendente de la persona.
- La defensa incondicionada de la vida humana.
- La promoción de la familia, como institución primaria de la sociedad.
- El respeto a la libertad de las conciencias y el fomento del ejercicio de la libertad responsable, manifestada en la coherencia de pensamiento, palabra y acción.
- La justa convivencia y la cooperación entre los hombres, siempre ordenadas al bien común.
- La realización del trabajo y del estudio, como medios de perfeccionamiento personal y social, de crecimiento y trascendencia del hombre.

⁹⁸ Pincipios Universidad de la Sabana. <http://www.unisabana.edu.co/la-sabana/proyecto-educativo-institucional/principios/> Fecha de consulta 15 de agosto de 2013

⁹⁹ Op Cit

- La vigencia de una actitud positiva y optimista ante el mundo, es decir, el reconocimiento de la dimensión creada del orden físico y natural y de su providencial ordenación al ser y al obrar del hombre.
- El respeto por la conservación y el buen uso de la naturaleza.

Para tal fin, la Universidad de la Sabana se divide en nueve instancias académicas, que aglutinan 9 escuelas y facultades: Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas, Facultad de Comunicación, Facultad de Derecho, Facultad de Educación, Enfermería y Rehabilitación, Facultad de Filosofía y Ciencias Humana, Facultad de Ingeniería, Facultad de Medicina y Facultad de Psicología. Áreas, por tanto, que cubren toda la estructura y dinamicidad social.

Por su parte, Unisabana Radio es un medio de comunicación de carácter radiofónico de emisión On-line, que depende administrativamente de la Facultad de Comunicación, en concreto del programa de Comunicación Social y Periodismo.

Unisabana Radio tiene como misión ser “un **medio audiovisual de formación, entretenimiento y proyección social** al servicio de la **comunidad universitaria** y de la **sociedad en general**. En desarrollo de esta misión, el medio busca expresar y difundir el pensamiento y quehacer universitario, en coherencia con los objetivos específicos de la Universidad de La Sabana. Ofrece programas que incluyen contenidos de carácter informativo, académico, cultural y musical a través de la Web”¹⁰⁰.

La emisora “se proyecta como uno de los mejores **medios informativos de la Universidad de La Sabana**, haciendo uso de tecnología de punta para el desarrollo de proyectos audiovisuales integrado por un equipo de trabajo comprometido, con sentido crítico, formativo y responsabilidad social”¹⁰¹.

Durante el proceso de análisis se han producido **dos cambios de dirección/coordiación** de la emisora, por lo que no han podido suministrar un gran número de los documentos solicitados. Hecho que también impide realizar un análisis de la emisora, pues las estructuras de producción, así como la programación, han estado cambiando.

¹⁰⁰ <http://www.unisabanaradio.tv/quienes.php?id=2&idh=2> fecha de consulta 2 de agosto de 2014

¹⁰¹ Op Cit

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad Javeriana		Privada	Nacional	2	Comerciales
Adscripción	Facultad Comunicación	Rector	Obdulio Velásquez	Unidad	Unisabana.Tv
Director Radio	Natalia Ortega				
Nombre Emisora	Unisabana Radio				
Presupuesto	Institucional				
Objetivo	Formativa				

9.1.5.2. Productiva

No podemos analizar esta variable por los dos cambios que se han producido en la coordinación de la emisora. Cuando iniciamos el proceso de investigación a inicios de 2013, la emisora no tenía una dirección. El perfil se definía como coordinación. A mediados del segundo semestre se nombra un nuevo cargo, esta vez con las características de una dirección, pero al cabo de los meses se produjo su renuncia, y el nuevo encargado no responde las solicitudes de entrevista y de petición de información.

9.1.5.3. Programación y Contenidos

Unisabana Radio tienen una programación **mixta, conformada por franjas musicales y programas temáticos**¹⁰².

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
-	No	Sí	Sí	Semestral	Sí	-

- **Noticias en directo “La radio de la información”. Lunes a viernes de 7:30am- 9:00am. En Vivo.** Es un espacio noticioso en donde se informa acerca de los hechos locales, nacionales e internacionales más importantes. Además se investigan, desarrollan y analizan distintas temáticas coyunturales. El

¹⁰² Anexo A-PROG-08

informativo tiene bloques noticiosos en los que se tratan las noticias a profundidad, y se cuenta con varias secciones como Voces Internacionales, Tema Central, Deportes, Noticias en un Click, Boletín Informativo, Cultura y Entretenimiento, La Máquina del Tiempo, Breaking News, entre otras. Director: William Bustos Martínez, profesor de La Universidad de La Sabana. Conductoras: Tatiana Pardo y Claudia Martínez -Periodistas: Juliana Becerra (Noticias Nacionales) Alejandra y Juan Camilo Ramírez (Noticias Internacionales) Brayan Becerra y Paula Fresneda (Noticias Deportivas) Viviana Orozco (Noticias Universidad de La Sabana) Alejandro Ochoa (Noticias Locales) Ximena Duque y Marco Vergara (Cultura y entretenimiento) Sandra Tenjo (Noticias Económicas) Duración: 1 hora y media

- **Muévete a cuidarte. Jueves 10:00am.** Es un espacio de información y reflexión, sobre aspectos fundamentales que se deben tener en cuenta para el cuidado de la salud y la prevención de la enfermedad. A través de la información y la consulta a expertos se busca promover la salud y divulgar eventos y acontecimientos científicos. Contenidos del programa: Actualidad y políticas de salud, promoción de hábitos saludables, nutrición, seguridad y salud laboral, inclusión y discapacidad, primeros auxilios, entre otras. Realizado por el Programa de la Facultad de Enfermería y Rehabilitación de la Universidad de La Sabana. Equipo de trabajo: Coordinadores: Enfermera: Elizabeth Gómez Londoño, Ms Fisioterapeuta: María Fernanda Rebellón Aldana. Profesoras de La Universidad de La Sabana. Duración: 30 Minutos Periodicidad: una vez a la semana. Pregrabado
- **Contra flow. Jueves 9:00pm.** Es un espacio creado para escuchar y conocer las propuestas musicales y datos de interés de distintos lugares del mundo, de culturas lejanas o cercanas, así como sonidos de otras épocas o actuales que no son conocidos. El programa permite un acercamiento a nuevas culturas e ideas y expone el valor artístico, comunicativo y cultural de la música y su contexto. Contenidos del programa: se discute la forma en la que cada tendencia musical se ha globalizado y ha generado distintos contenidos. Cada tema es presentado como un playlist. Duración: 1 hora. Periodicidad: 1 vez a la semana. Pregrabado.
- **Tendencias. Domingos 8:00pm.** Es un programa de entretenimiento en el que se informa al oyente sobre hechos de actualidad en el mundo de la moda, la música, la televisión, la cultura y el cine. Espacio de esparcimiento de calidad y contenido en el cual se puede interactuar, conocer y compartir los intereses de la comunidad joven

universitaria. Contenidos del programa: Alfombra roja (cubrimiento de estrenos de cine, festivales y premiaciones), Celebridades (personaje elegido por sus logros personales o laborales), Ropero (tendencias de moda), Tema Central, Cine, Vida Sana, Tendencia Fan, Eventos, Agéndate y Trendynews. Equipo de trabajo: Director: Andrés Mateo Cepeda Beltrán Productora: Nataly Martínez Trujillo Periodistas: Claudia Michelle Martínez, Paula Piedrahita, Felipe Espinal Arango (Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo). Duración: 1 hora Periodicidad: 1 vez a la semana. Pregrabado.

- **Let's talk “Where sabana goes global”. Jueves 11:00am.** Espacio del Departamento de Lenguas y Culturas Extranjeras de la Universidad de La Sabana, donde se muestra la multiculturalidad. La principal temática del programa es mostrar la cultura de diferentes lugares del mundo por medio de los estudiantes internacionales que están estudiando y trabajando en la Universidad de la Sabana. Contenidos del programa: What's New, Around the World, Tip of the day, Fun Facts, In the Spotlight. Equipo de trabajo: Productor: Alejandro Pinzón. Colaboradores: James Wilkey- Guigo Alejandro Duración: 1 hora Periodicidad: 1 vez a la semana. Pregrabado.
- **Bien Ser Bien Estar. Martes 10:00am.** Es un magazine informativo que de forma agradable y descomplicada da a conocer todos los proyectos y actividades que se realizan desde las diferentes Jefaturas de la Dirección de Bienestar Universitario de la Universidad de La Sabana. Fomenta la formación integral de los estudiantes en distintas áreas como el arte, el deporte, la cultura y los programas sociales. Contenidos del programa: Infórmate (noticias de la Dirección de Bienestar Universitario), Hablando con el que sabe, Talento Sabana, En vivo (Una canción en vivo), Opinómetro, Posgrados, Siguiendo los pasos y Agéndate. Equipo de trabajo: Directora. Nathaly Salamanca (Profesional de Bienestar Universitario), Rafael Antonio Cubillos (Locutor), Natalia Mojica (Locutor), Daniela Guarín (Locutor). Duración: 1 hora Periodicidad: 1 vez a la semana. Pregrabado.
- **Adopta un secuestrado. “Porque la peor cadena es el olvido”. Martes 11:00am.** Es el espacio radial de la iniciativa social Adopta un Secuestrado de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana. Un programa para estar en contacto con las familias de las personas que están privadas de su libertad y una forma de sensibilización a los oyentes para que conozcan diferentes realidades en el tema del secuestro. Se trabajan temáticas relacionadas con el conflicto armado, los derechos

humanos, el secuestro y las solidaridad. Contenidos del programa: Noticias del secuestro, voces de solidaridad, plegaria por la libertad, Colombia opina, gotas de libertad, voces de esperanza y voces expertas. Equipo de trabajo: Diana Patricia Molano- Directora. Comunicadora Social y Periodista (Coordinadora de la iniciativa Adopta un Secuestrado). Cada semestre cuenta con la compañía de estudiantes becarios y la producción de UnisabanaRadio.tv Duración: 30 minutos Periodicidad: 1 vez a la semana. Pregrabado

- **A su salud. Martes 11:30am.** Es un espacio en el que se responden las diferentes inquietudes que surgen entorno al cuidado y la crianza de los niños. Temáticas analizadas por el grupo de pediatras de la universidad de la sabana y transformada a un lenguaje coloquial que permite la comprensión de los diferentes temas. Dirigido a padres de familia y cuidadores que favorezcan el desarrollo de una crianza humanizada, así como el fortalecimiento del crecimiento y desarrollo de nuestros niños. Contenidos del programa: Temas de puericultura como: Resiliencia, Educación en responsabilidad y obediencia, Niños y mascotas, Bulling-Matoneo, entre otros. Equipo de trabajo: Director General: Dr. Eduardo Borda. Médico Pediatra. Ximena Tovar Solórzano . Médico, realiza la especialización en Pediatría y María Lucia Padrón . Médico, realiza la especialización en Pediatría. Actualmente retransmite Angelus Stero. Duración: 30 minutos Periodicidad: 1 vez a la semana. Pregrabado.
- **Sencillamente Ciencia. “Inventos increíbles al alcance de tus manos”.** Es un espacio en el que informa y se habla acerca de temas relacionados con ciencia, tecnología, investigaciones, innovación, medio ambiente y salud. Se utiliza un lenguaje claro y sencillo que acerque a todas las personas a los temas de periodismo científico. Contenidos del programa: Tema central, bloque de noticias, noticias saludables, la ciencia de los alimentos, medio ambiente, tecnología, aplicación recomendada del día, historias científicas, el recomendado de youtube. Todos los programas se cuenta con mínimo 2 invitados expertos en el tema a tratar. Equipo de trabajo: Alejandra Quintero Nonsoque- Directora y Conductora. Comunicadora – Radiofónica. Estudiantes de Comunicación: Fillipe Polydoro: Redactor de tecnología, Alejandra Salazar- Redactora Medio ambiente, Amanda Celis: Redactora Salud. Christian Jiménez: Producción.
- **En la Radio. Miércoles 7:00pm.** Es un espacio para analizar todo lo que pasa con “la radio” como medio de comunicación. Una charla semanal sobre temas de radio

con personas que tienen que ver directamente con el medio. Le da espacio a los oyentes para opinar y tener una perspectiva diferente a la que tiene cada empresa radial. “En la radio” actúa como analista de lo que sucede con el medio radial, a través de la búsqueda de temas y personajes relacionados directamente con el mundo radial. Generalmente son temas coyunturales. Contenido del programa: Semanalmente se toma un tema y se buscan invitados para que expliquen todos los puntos de vista. Temas: El editorial, tema central, personajes invitados, perfiles y noticias de la radio. Equipo de trabajo: Alejandra Quintero Nonsoque- Directora. Comunicadora y Radiofónica. Coordinadora de UnisabanaRadio. Roberto Cardona Quintero- Periodista y productor. Estudiante de Comunicación Social y Periodismo. Duración: 1 hora Periodicidad: 1 vez a la semana. Pregrabado

- **Próxima Parada. Martes 6:00pm.** Es un espacio para que los oyentes conozcan diferentes lugares de Colombia y el mundo a través de la radio. Música, cultura, gastronomía, planes recomendados y todo lo que el oyente debe saber al viajar a un determinado lugar. Es un magazín de entretenimiento que explora el periodismo de viajes y se convierte en una guía para las personas que desean viajar. Se exploran diferentes culturas y costumbres del mundo. Contenido del programa: Semanalmente se toma un país o ciudad y se elige su música representativa, los platos y bebidas más conocidas, lugares recomendados de viaje, se habla o se consiguen audios de personajes representativos de cada lugar y se dan datos curiosos. Equipo de trabajo: Alejandro Ochoa, Director y Conductor del espacio. Tatiana Pardo, Juliana Becerra, Marco Vergara, Pamela Sue Rasmussen, Diana Sánchez, Periodistas. Duración: 1 hora Periodicidad: 1 vez a la semana. Pregrabado
- **Campus Al Aire. Lunes 11:00am.** Es un espacio en el que se dan todas las noticias que se originan en nuestro campus y se habla con sus protagonistas. Es un Programa de la Dirección de Comunicación Institucional de la Universidad de La Sabana. Da un espacio adicional a las diferentes dependencias y facultades de la Universidad para que difundan sus noticias. Contenido del programa: Se toman las noticias más importantes de Campus impreso y se amplían con los personajes involucrados en cada una. Se entrevista a un personaje que tenga una “historia con sello sabana”. **Equipo de trabajo:** Cristina Macías. Diana Lucía Quevedo, María Patricia Jiménez. Producción. Profesionales en Comunicación, trabajan en Comunicación Institucional de la Universidad de La Sabana. Duración: 1 hora Periodicidad: 1 vez a la semana. En vivo.

- **El Programa de la Tarde. Jueves 3:00pm.** Es un espacio cultural y de entretenimiento. Tiene un estilo vanguardista y juvenil y aborda tendencias gastronómicas, culturales, musicales, literarias, artísticas, audiovisuales y creativas, siempre en contacto permanente con el oyente a través de redes sociales y contenidos digitales. Contenido del programa: Qué hay para probar (Sección de gastronomía), Qué hay para conectarse (Tecnología), Qué hay para ver (cine y televisión), Qué hay para crear (Contenidos y productos creativos), Qué hay para hacer (Experiencias locales), Qué hay para disfrutar (Cultura), Qué hay para leer (Literatura), Qué hay para escuchar (Música durante el programa). Equipo de trabajo: Director: Andrés Fernández Roncancio, Estudiante Comunicación Social y Periodismo. Alicia Carrillo García, Comunicadora Social y Periodista. Claudia Carolina Pardo, Wilson Ariza, Nicolás Tique, Karen Krackow, Laura Sánchez. Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo. Retransmite Ángelus Stereo. Duración: 1 hora Periodicidad: 1 vez a la semana. En vivo
- **Sabana Internacional. “Tu puerta de embarque a un mundo de oportunidades”. Miércoles 10:00 am. a 10:30 am.** Sabana Internacional es un boletín informativo en donde las personas que hacen parte de la Universidad de La Sabana tienen acceso a toda la información que tiene que ver con internacionalización. Programa de la oficina de internacionalización en donde la comunidad universitaria conoce las posibilidades de movilidad que tiene al hacer parte de la institución. Contenido del programa: Cada semana se habla de las opciones de movilidad específicas de un programa o facultad de la Universidad de La Sabana. Se dan datos de interés sobre las universidades y países de destino y se acompaña la información con testimonios de personas que ya vivieron la experiencia. Equipo de trabajo: María Carolina Serrano- Martha Domínguez. Profesionales en la Comunicación. Duración: 1/2 hora Periodicidad: 1 vez a la semana.
- **Voz Pop. Martes 7:00pm.** Es un espacio de análisis político, social y cultural que por medio de la investigación periodística, la entrevista y el debate logra acercar a los oyentes a los fenómenos de la actualidad de Colombia y el mundo. Es un formato innovador, dinámico y de impacto que continuamente cuestiona y genera opinión donde se analiza a profundidad los hechos de la realidad política, social y cultural. Contenido del programa: Memoria Histórica, Cultura viva, Playlist, El Mundo (Sección Internacional), Economía, La librería (Sección de recomendado

literario), Buen Colombiano (Perfiles), Personajes, Trending Topic, En Cápsula, Tema central, Vida moderna, y Desde Nueva York (Sección de realidades locales de colombianos en USA). Equipo de trabajo: Viviana García, Diana García, Santiago Moreno, Jhon Moreno, Nicolás Marulanda, Paola Rueda, Gabriela Castellanos, Camila Suárez, Carlos Contreras, Diego Carranza, Francisco Restrepo, Andrés Fernández, Juan Moore, Carolina Montaña, Juan Esteban Escobar. Estudiantes de Comunicación Social y Periodismo. Duración: 2 horas Periodicidad: 1 vez a la semana. Pregrabado.

- **La Tribuna. Lunes 6:00pm.** Es un programa deportivo en el que se aborda la actualidad del mundo del deporte, frases, datos curiosos, cifras, estadísticas y un tema central en el que se habla del evento deportivo más importante del fin de semana. Informa, actualiza, y hace que los oyentes disfruten de una hora con información deportiva. Contenido del programa: Actualidad, Frase del día (Pronunciada por un deportista, director técnico o personaje involucrado con el mundo de los deportes, se eligen frases que generen polémica), Tema central, Datos curiosos, y Deportes en La Sabana. Equipo de trabajo: Directora: Paula Fresneda Gómez, Paola Parra, Angélica María Bernal, Javier Rojas, Sebastián Carrillo. Estudiantes de la Facultad de Comunicación. Duración: 1 hora Periodicidad: 1 vez a la semana. Pregrabado.
- **Salud al Día. Miércoles 10:30am.** Es un programa de la Clínica Universidad de La Sabana, donde se abordan noticias de salud, personajes y noticias que tienen relación directa con la Clínica. Temas relacionados con salud que son de interés general tratados por especialistas. Contenido del programa: Noticias del día, tema central tratado con uno o varios personajes invitados, música y noticias de la Clínica Universidad de La Sabana. Equipo de trabajo: Paula Lagos- Coordinadora de Comunicaciones Clínica Universidad de La Sabana. Duración: 30 minutos Periodicidad: 1 vez a la semana. Pregrabado
- **Humanidad Médica.** Un espacio de reflexión en el que se busca reivindicar al médico como actor social y a la medicina como un área capaz de realizar transformaciones sociales. Se resaltan las cualidades humanas y empáticas de docentes, estudiantes y administrativos de la facultad de medicina de la Universidad de La Sabana, lo que permite la interacción de la comunidad de esta Facultad con las demás instancias académicas. Contenidos del programa: Historia de la medicina, sensibilización y educación artística a médicos, neurociencias en el arte, personajes

de interés para la medicina, trabajo social, arte y cerebro, entre otros. Equipo de trabajo: Andrés Parra Chico: Médico egresado de la Universidad de la Sabana, con especialización en Bioética de la Universidad El Bosque, Magister en fisiología de la Universidad Nacional de Colombia. Pregrabado

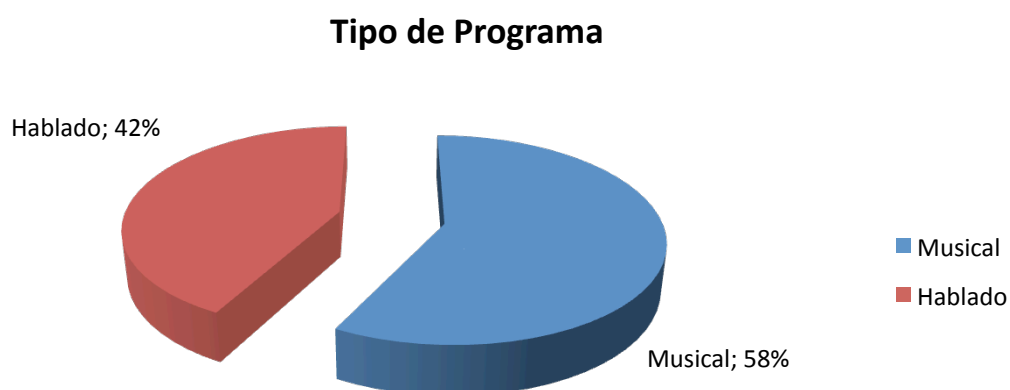
- **Música Sacra. Domingo 11:00am Repetición Domingo: 6:00 pm.** Es un espacio de reflexión en el que se aborda la música como un elemento de unión entre diferentes culturas y religiones, y la relación de estas con la historia. Una iniciativa del Festival de Música Sacra de Bogotá. Este conocimiento fomenta la tolerancia y el respeto por las diferencias, y permite reconocer al ser humano en los distintos periodos de la humanidad. Equipo de trabajo: Directora, Alicia Carrillo, Comunicadora Social y Periodista, con énfasis en periodismo internacional. Profesora de la facultad de Comunicación Social de la Universidad de La Sabana. Coordinadora: Mariana Piotrowska, Comunicadora Social y Periodista. Formación musical y estudios de violín en Colombia, Canadá y Polonia. Especialista en Dirección en Comunicación organización de eventos, protocolo y logística. Duración: 1 hora. Periodicidad: 1 vez a la semana. Pregrabado
- **Boletería Agotada. Sábado 10:00am Repetición Domingo: 10:00 am.** Es un magazín cultural que se especializa en el movimiento artístico y cultural de Bogotá, con menciones ocasionales de espectáculos en el resto del país, que cubre diferentes espectáculos de la ciudad y del país. Fomentar el arte y la cultura dentro de los oyentes de la emisora, a través de una oferta de contenidos bien elaborados y especializados. El formato tiene un presentador, informes especiales e invitados vía telefónica y en estudio. Equipo de trabajo: Director: Juan Esteban Escovar, Comunicador social y periodista con experiencia laboral en comunicación organizacional, periodismo radial y escrito. Estudiantes del Gimnasio Psicopedagógico Bilingüe. Duración: 1 hora Periodicidad: 1 vez a la semana. Pregrabado
- **TAP. Martes 9:00 pm Repetición Domingo: 3:00 pm.** Es un espacio de tecnología en donde se explican los avances en este tipo y, se dan las herramientas necesarias para hacer fácil uso de ellas. Se explica en un lenguaje dinámico que lleva al oyente a hacer suyo el mundo de la tecnología que tanto necesita. Equipo de Trabajo: Jenny Robayo, Ingeniera de Sistemas. Profesora de Introducción a la Programación. Francisco Ramírez. Ingeniero de Sistemas. Profesor Ingeniería de Sistemas. Trabajo

con Laboratorio LUX de la Facultad de Ingeniería Universidad de La Sabana.
Duración: 1 hora Periodicidad: 1 vez a la semana. Pregrabado

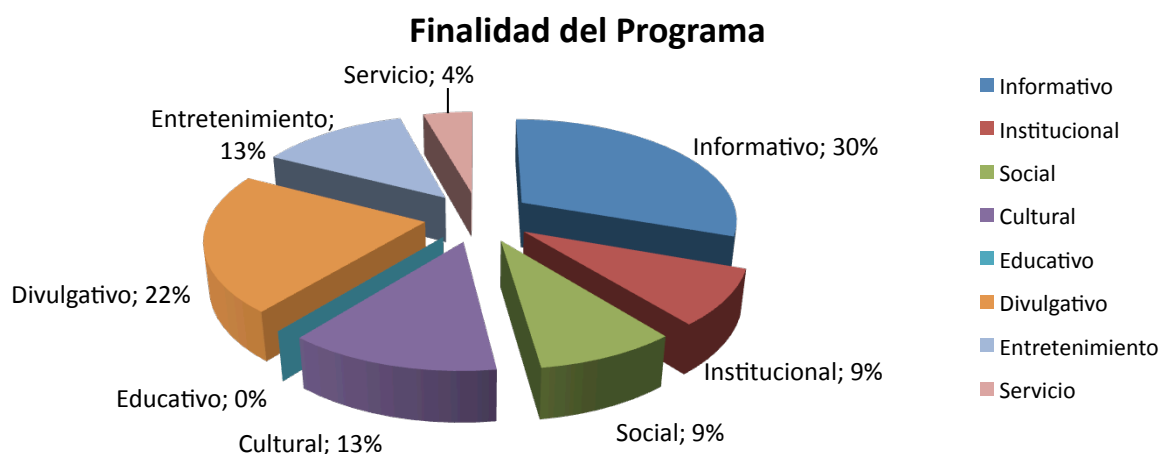
- **Bioética al Aire. Jueves 10:30 am.** Es un espacio en el que se abordan problemas relacionados con la intervención humana en ciencias de la vida; políticas de salud, de población y desarrollo; relación hombre – medio ambiente. Espacio de reflexión bioética que brinda unos conceptos que permiten dimensionar y entender las relaciones antedichas y unas pautas de acción para manejar problemas que surgen de ellas, de manera adecuada. Contenidos del programa: Presentación del Tema general, Antecedentes o marco histórico, Problemas derivados, Posibles soluciones, Conclusiones y recomendaciones. Equipo de trabajo: Docentes del Departamento de Bioética. Médicos doctorados en bioética. Directora: María de los Ángeles Mazzanti Di Ruggero. Coordinadora: Natalia Ortega Tobar, Colaboradores. Dr. Gilberto Gamboa Bernal, Dr. Elizabeth Gómez Londoño, Dr. Pedro Sarmiento Medina, Dr. Pablo Arango Restrepo. Duración: 1 hora. Periodicidad: 1 al mes. Pregrabado
- **Crece en Familia. Lunes 9:00 pm. Retransmite sábado 11:00a m.** Un espacio en donde se analiza y profundiza acerca de la familia, la infancia, la adolescencia, la juventud y el trabajo en su realidad y contextualizada familiar junto con su entornos y realidad contemporánea. Se da conocimiento desde la investigación académica con los resultados que empapan el mundo moderno. El manejo de la autoridad en la familia, Padres vs hijos diferencias generacionales, La hiperactividad en los niños, Construyendo mi Proyecto de vida, Matrimonio: fines, propiedades esenciales, Virtudes, los hábitos de la sociedad contemporánea, Pro actividad. Equipo de trabajo: Directora: Natalia Ortega. Magíster en educación, Educadora y asesora Familiar, Comunicadora Social y Periodista. Coordinadora y participante: Victoria Cabrera, Doctora en Psicología, Magíster en Familia, Educadora y Asesora familiar, Psicóloga. Duración: media. Pregrabado
- **Viva la Vida. Lunes 9:00 pm.** Desarrollar el panorama del joven y sus circunstancias de un mundo globalizado, competitivo, postmoderno en donde la cultura y la técnica permea todo su contexto y realidad humana. Temática: están enfocados a los jóvenes y la familia, en el marco del amor. Es una plataforma de información y orientación sobre el joven. Equipo de trabajo: Directora: Clara Pardo de Castrellón, Doctora en Comunicación, Comunicadora Social y Periodista, docente; Coordinador: Esteban Hernández, estudiante Comunicación Social y

Periodismo, experiencia en Colmundo radio. Duración: 30 minutos Periodicidad: semanal. Pregrabado

Unisabana radio estructura unos contenidos cuya producción se basa en un **42 %** en contenidos **hablados**, frente a un **58%** de contenidos **musicales**. Éstos últimos, en su mayoría, son espacios de lista de reproducción.

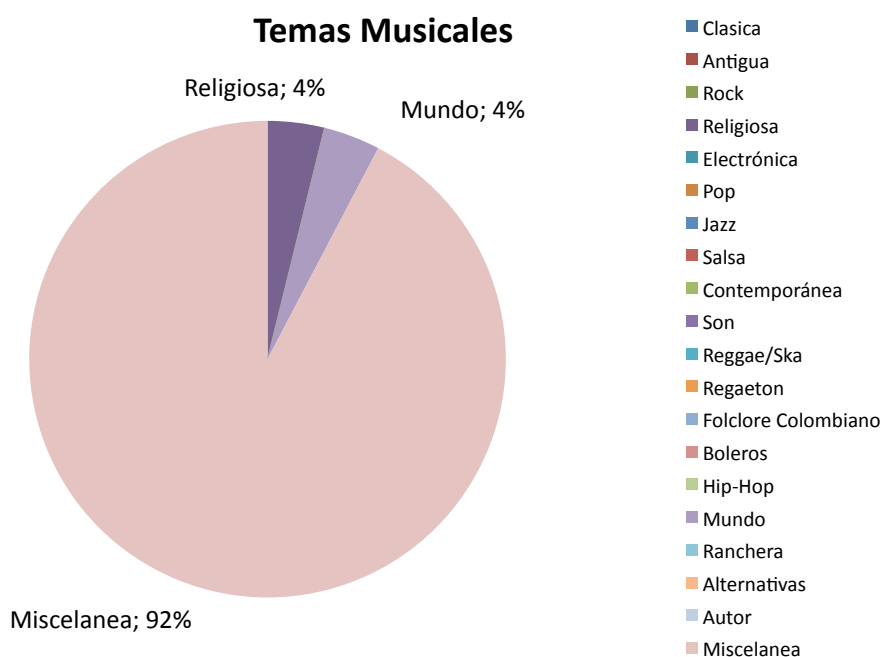


En cuanto a la finalidad de los espacios programáticos, podemos ver que el **30%** tienen un fin **informativo**, seguido del **divulgativo** con un **22%**. En tercer lugar le siguen, ambos con un **13%** los programas de carácter **cultural** y de **entretenimiento**. Con un **9%**, simultáneamente, encontramos los programas cuyo fin es **social** e **institucional**. Para finalizar, el **4%** de los programas tienen un fin de **servicio**.



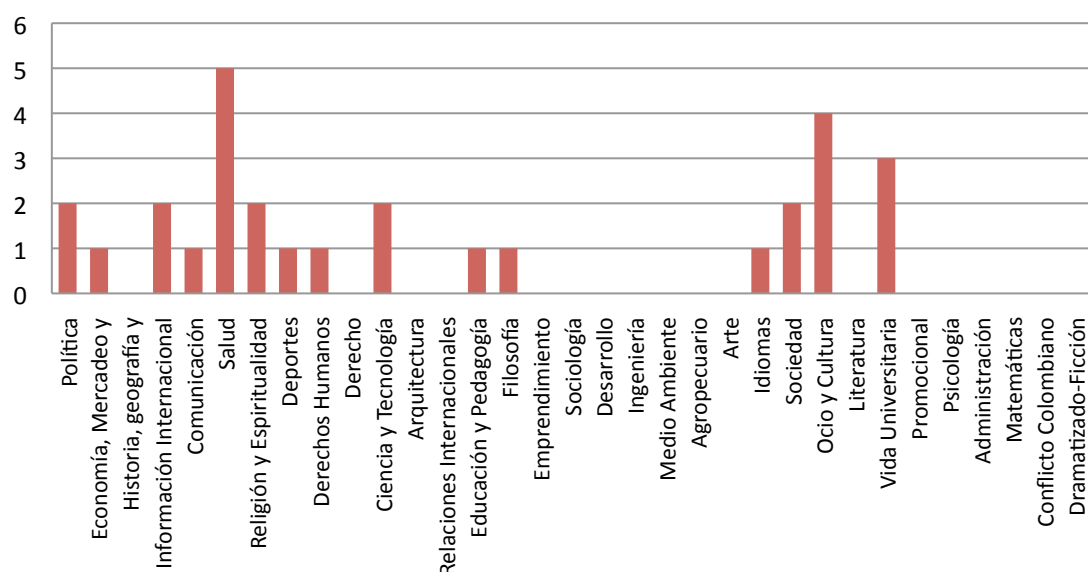
En cuanto a los temas y contenidos musicales de Unisabana Radio, podemos ver que el 92% corresponde a música de variedades, correspondiente a listas de reproducción; y

con un 4% respectivamente, música religiosa y del mundo. En este caso el porcentaje se se base en las horas totales musicales.



En cuanto a los temas que maneja en su programación, apreciamos que los contenidos más tratados tienen que ver con la Salud. No es de extrañar, pues la universidad de la Sabana es reconocida por los estudios de Medicina. Le siguen los temas de cultura y ocio (cine, teatro, exposiciones, etc.). En tercer lugar, vemos que los contenidos más tratados tienen que ver con vida universitaria. Existen varios programas que se dedican a dar a conocer la idiosincrasia del campus. Información internacional, sociedad, política y ciencia y tecnología son otros de los temas más manejados.

Temas Hablados



9.1.5.4. Distribución

Unisabana Radio es una emisora web, que emite a través de la página web <http://www.unisabanaradio.tv/>.

Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación		Propio	Externo		Sí	Facebook Twitter	Tunein	Sí	No
				X						

9.1.5.5. Difusión

A partir del análisis de los objetivos generales de la emisora, de sus elementos de producción, de la concepción de sus estructuras de contenidos y de los factores de distribución, podemos intuir que, en términos generales, el Público Objetivo de Unisabana Radio está conformado por estudiantes de la propia universidad, así como por docentes y personal administrativo de la institución.

Podemos deducir que al contar con una programación de contenidos de lunes a viernes, de carácter informativo, divulgativo y de entretenimiento, puede tener una audiencia más amplia, en la medida que no contempla una programación de arrastre entre unos

contenidos y otros. Es decir, produce una serie de contenidos de nicho que no obliga a la escucha lineal del resto de programas.

Por tanto, en términos generales, la programación de Unisabana Radio está enfocada para un perfil adulto joven, con estudios profesionales, que tienen una cosmovisión católica, pues todos los contenidos se fundamentan en la fe Católica, Apostólica y Romana.

9.1.6. Universidad Santo Tomás: Escenario Radio

Fechas de análisis: 13 de julio de 2013

La Universidad Santo Tomás fue fundada por la Orden de Predicadores (Padres Dominicos) en 1580. En 1608 se fundó el Colegio Santo Tomás que, más tarde, se uniría con la Universidad de Estudios Generales. De esta forma se conformaría el Colegio-Universidad Santo Tomás que más adelante se llamaría Universidad Tomística. En 1965 se restauraría en Santafé de Bogotá, por la Provincia de San Luis Bertrán de Colombia, de la Orden de Predicadores, con el nombre de Universidad Santo Tomás de Colombia. Con la idea de continuar su labor formativa ética y profesional, ampliaría su alcance fuera de Bogotá y empezaría a implementar estudios en modalidad a distancia (1975). Hoy, además de la sede central en Bogotá, tiene presencia en Bucaramanga, Medellín y Villavicencio.

9.1.6.1. Variable Empresarial y Organizativa

La Universidad Santo Tomás, inspirada en el pensamiento humanista cristiano de Santo Tomás de Aquino, tienen como objetivo misional “promover la formación integral de las personas, en el campo de la educación superior, mediante acciones y procesos de enseñanza-aprendizaje, investigación y proyección social, para que respondan de manera ética, creativa y crítica a las exigencias de la vida humana y estén en condiciones de aportar soluciones a la problemática y necesidades de la sociedad y del país”¹⁰³

La Visión, como proyección de la Misión a mediano plazo, prospecta así la presencia y la imagen institucional de la Universidad Santo Tomás:

- Interviene ante los organismos e instancias de decisión de alcance colectivo.
- Se pronuncia e influye sobre los procesos que afectan la vida nacional o de las comunidades regionales, porque goza tanto de la acreditación de sus programas como de la acreditación institucional.
- Es interlocutora de otras instituciones tanto educativas como empresariales del sector público y privado.

¹⁰³ Anexo A-EST-7

“La comprensión humanista cristiana de la realidad colombiana y latinoamericana contemporánea, heredada de su larga tradición en el campo de la educación superior, en contexto de mundialización, inspira el quehacer de sus programas, con miras a asegurar la construcción del bien común y la realización de la justicia distributiva, y así reducir la exclusión social, económica, cultural y política. Vinculada a las distintas regiones del país, a través de sus Seccionales y de sus programas de Universidad Abierta y a Distancia, es factor de desarrollo y mejoramiento de los entornos y contextos donde opera. Incorpora el uso de nuevas tecnologías educativas como herramientas para la docencia y la investigación en todos los planes de estudio, y vincula a docentes y a estudiantes en proyectos compartidos para recuperar, adaptar y generar nuevos conocimientos en orden a la solución de los nuevos problemas de la sociedad y del país”¹⁰⁴.

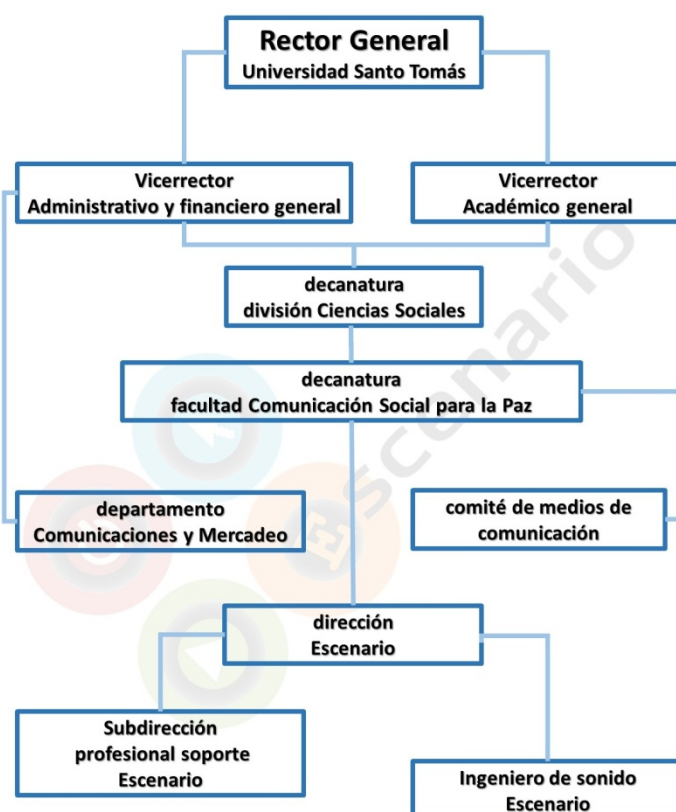
Escenario es un espacio donde convergen prensa, radio y televisión en un soporte Web. La emisora transmite 24 horas los 7 días de la semana. De lunes a viernes la programación se hace en vivo desde las 10 de la mañana a las ocho de la noche y los fines de semana se emiten programas pregrabados o especiales que pueden surgir de los convenios con la Red de Radio Universitaria de Colombia y Radio Francia Internacional, así como listas musicales.

Si bien la emisora forma parte de la decanatura de Ciencias Sociales, en concreto de la Facultad de Comunicación Social para la Paz, integra en su programación el trabajo de 14 facultades, cuatro áreas asociadas y tres convenios con los que se producen 42 programas radiales, dentro de los cuales hay participación de estudiantes, docentes y administrativos.

Cada programa maneja la temática que su facultad o dependencia trabaja. Los programas de comunicación social tienen tanto noticieros como magazines en los cuales se abordan temas de actualidad con un enfoque hacia la comunicación.

El organigrama de Escenario Radio es el siguiente:

¹⁰⁴ Anexo A-EST-7



Fuente: Escenario Radio

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad Santo Tomás		Privado	Nacional	1	No Aplica
Adscripción	Facultad Ciencias Sociales	Rector	Carlos Mario Alzate	Unidad	-
Director Radio	Clarisa Chávez				
Nombre Emisora	Escenario Radio				
Presupuesto	Interno				
Objetivo	Formativa-Divulgativa				

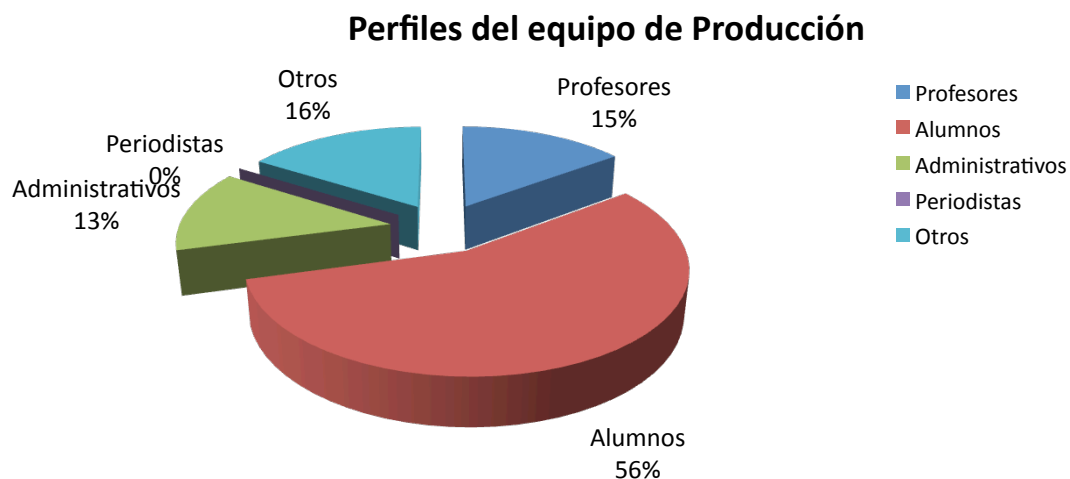
9.1.6.2. Productiva

Escenario Radio¹⁰⁵ tiene integrado en su estructura de producción los diferentes programas académicos de la universidad, en una doble dimensión: integración del programa a través de asignaturas específicas con las que genera contenidos, como es el

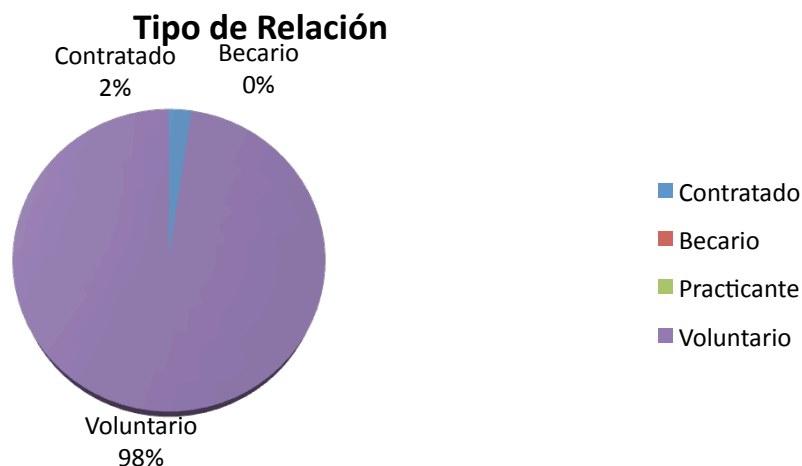
¹⁰⁵ Anexo A-PROT-07

caso de las asignaturas de radio; e integración de las diferentes carreras a partir de la colaboración, como política de divulgación de las diferentes facultades y direcciones de programas, de profesores y alumnos.

Escenario Radio está conformada por 168 integrantes, de los cuales el 56% son alumnos, el 15% profesores, el 16% colaboradores externos y el 13 % administrativos.

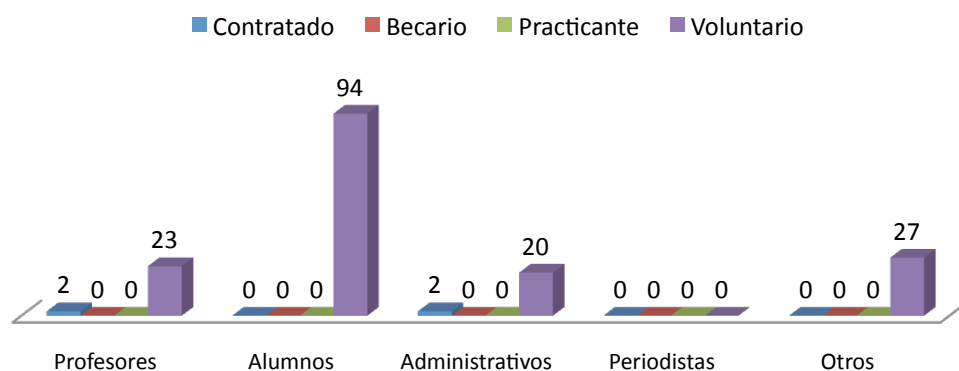


Según el tipo de vínculo que mantienen con la radio, el 98% son voluntarios y el 2% contratados.



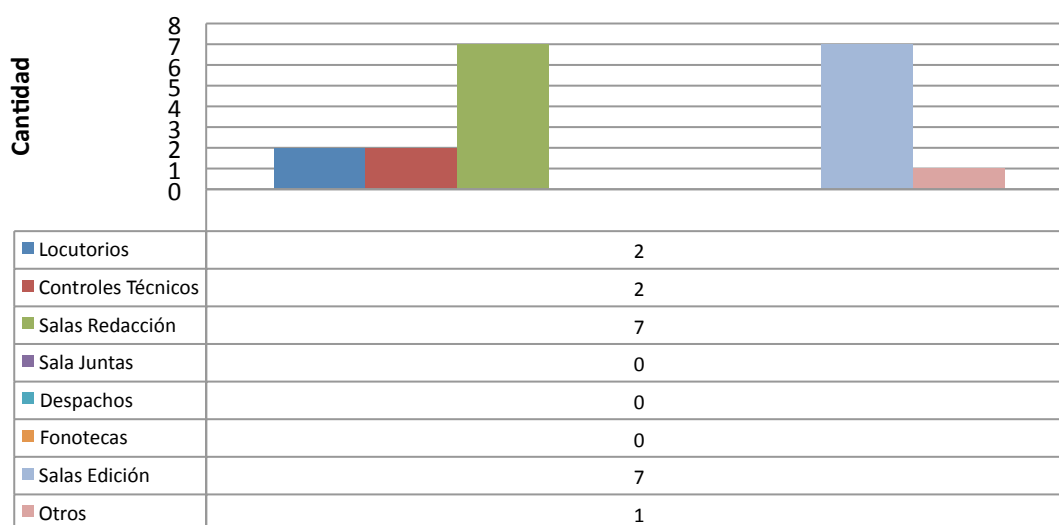
Ahora bien, esa relación varía según el perfil de cada integrante. De los profesores, dos son contratados y 23 voluntarios. Los alumnos, en su totalidad, participan de forma voluntaria. En cuanto a los administrativos, dos son contratados y el resto voluntarios. En cuanto a los colaboradores externos, todos lo hacen de forma voluntaria.

Relación por Perfil



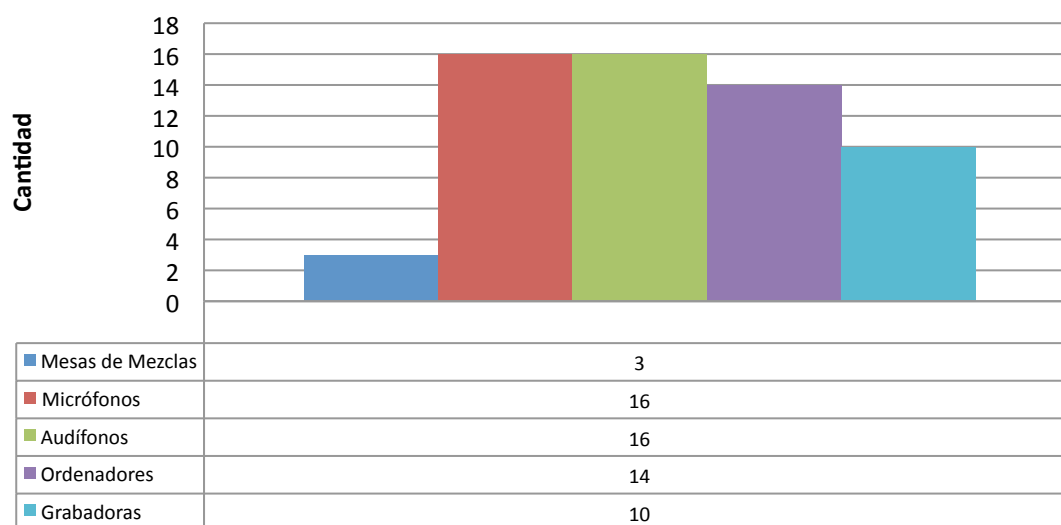
En cuanto a los espacios asignados a la emisora de radio, podemos ver que, a pesar de ser una emisora web, tiene recursos como si se tratara de una emisora por radiofrecuencia: dos locutorios, dos controles técnicos y siete puestos de redacción y edición.

Espacios de Producción



En cuanto a los elementos técnicos, Escenario Radio cuenta con 3 mesas de mezclas, 16 micrófonos y audífonos, 14 ordenadores y 10 grabadoras. Como software de edición de audio emplea el *Adobe Audition* y como gestor de contenidos en programa gratuito Zara Radio.

Elementos de Producción



9.1.6.3. Programación y Contenidos

Podemos apreciar¹⁰⁶ que la programación maneja dos temporalidades una de lunes a viernes y otra de fin de semana. La programación tiene una estructura mixta, conformada por espacios tipo mosaico (programas temáticos pertenecientes a cada uno de los programas académicos de la universidad) y franjas musicales (listas de reproducción). Por su parte, la programación de fin de semana está compuesta por listas de reproducción musical.

Existe un comité de medios de comunicación en el que se presenta la programación para ser aprobada. Como en la producción de contenidos participan otras facultades (decanos, profesores y alumnos), se realizan talleres, impartidos por la directora de la emisora, para cubrir las necesidades básicas de producción y realización. La programación tiene una periodicidad anual y se estructura a partir de la disponibilidad de los integrantes que producen los contenidos, por lo que no atiende a los principios de modos consumo de la audiencia, ni maneja conceptos de arrastre entre espacios.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Sí	-	Sí	Sí	Anual	Sí	Sí

Los espacios programáticos de Escenario Radio son:

¹⁰⁶ Anexo A-PROG-09

- **A Evaluar (lunes 2pm). Programa producido por Evaluación y Regulación Académica.** Explica conceptos relacionados con la evaluación y autorregulación institucional. Dialoga con miembros de la comunidad tomasina que tienen alguna relación con dichos procesos.
- **Activos (martes 4pm) Programa producido por Contaduría Pública.** A través del dialogo con invitados desarrolla temas de interés para los contadores y afines referentes a procesos o normativas de Colombia y el mundo.
- **Aquinos Cuentan (jueves 3pm) Programa producido por Comunicación Social.** Entrevista a personajes de la música, el cine y los medios de comunicación en general. Informa sobre eventos institucionales y dialoga con egresados de los diferentes programas académicos de la USTA.
- **Cien por Ciento Marketing. Producido por Mercadeo (Martes 2pm).** Espacio dedicado al análisis de cómo la publicidad y las estrategias comunicativas inciden en todos los campos.
- **Contacto con Dios. Producido por Pastoral Universitaria (Martes 3pm).** Basado en las actividades de la pastoral, trata temas que esa dependencia promueve respecto a valores, humanismo y relación con Dios.
- **Cuerpo Cultura y Movimiento. Producido por Cultura Física. (Lunes 4 pm).** Trata temas relacionados con el deporte y su historia. Además de recomendaciones deportivas para la buena salud y las actividades académicas de la facultad.
- **De La House. Producido por Comunicación Social. (Lunes 7pm).** Espacio dedicado a la música electrónica. En ocasiones con dj mezclando en directo.
- **De Mentos Abiertas. Producido por Comunicación Social - Semillero Memoria. (Miércoles 3pm).** A través de entrevistas con personajes que defienden los derechos humanos y la memoria, pretende informar sobre los abusos e injusticias que se comenten contra víctimas de desapariciones forzadas.
- **Derecho a tu alcance. Producido por Consultorio Jurídico. (Viernes 4pm).** En cada emisión propone un caso o tema de interés público en cuanto a la accesoria legal se refiere.
- **El Titular. Producido por Comunicación Social (Miércoles 7pm).** Informativo que da cuenta de lo más relevantes en el mundo deportivo. Baloncesto, golf, tenis, ciclismo, boxeo, béisbol y fútbol entre otros deportes.

- **ElectroHertz. Producido por Electrónica. (Viernes 11am).** Da a conocer los desarrollos y avances tecnológicos. Resalta el quehacer científico y académico alrededor de la Ingeniería Electrónica. Además fomenta y divulga actividades culturales y los resultados del trabajo social de la facultad.
- **Emprender. Producido por Negocios Internacionales. Lunes 11am.** Docentes y estudiantes conversan con expertos y emprendedores sobre como pusieron en marcha sus ideas hasta convertirlas en negocio.
- **Encuentro Cooperativo. Producido por Usta Coop. Lunes 3pm.** Presenta el quehacer y las actividades semanales de la Cooperativa de trabajadores de la Universidad.
- **Entre TIC. Producido por División de Ingenierías. Martes 5pm.** Espacio dedicado al dialogo sobre la tecnología de la Información y la comunicación. Sus avances, novedades e incidencia en la cotidianidad.
- **Escenario Deportivo. Producido por Estudiantes de Comunicación Social. De lunes a viernes 1pm.** Además de la emisión diaria del programa para tratar temas deportivos, este equipo realiza transmisiones de partidos de fútbol a través de la señal de Escenario Radio 2.
- **Escenario Hip Hop. Producido por Comunicación Social. Viernes 5pm.** Espacio musical dedicado a los sonidos urbanos de *underground*. Entrevista con sus intérpretes e invitación a los eventos de este género que se realizan en la capital.
- **Facetas. Producido por Departamento de Humanidades. Viernes 3pm.** Presenta temas culturales, filosóficos e históricos a través de la música, sus compositores e intérpretes.
- **Gerencia Moderna. Producido por Administración de Empresas. Lunes 7pm.** Con invitados en cada emisión, se analiza y comparten preguntas y opiniones sobre la actualidad empresarial que son de gran interés para los administradores en formación.
- **Hablemos de Economía Social. Producido por Economía. Martes 10 am.** Desarrolla temas económicos en un dialogo permanente con expertos y docentes.
- **Huellas del Imaginante. Producido por Comunicación Social – Filosofía. Martes 7pm.** Comparte con la audiencia cuentos poesías y creación literaria en

general, acompañados de autores e invitados apasionados por el mundo de las letras.

- **Identidades Alternas. Producido por Sociología. Miércoles 4 pm.** Traba temas socioculturales desde la academia y la práctica a través de un debate entre docentes y estudiantes
- **Ingenio InG. Producido por Telecomunicaciones. Viernes 2 pm.** Discute temas de la actualidad tecnológica explicando la relación con la vida cotidiana y promueve las actividades académicas de la facultad de Telecomunicaciones de la universidad
- **Iniciando Sesión. Producido por Comunicación Social. Viernes 12 horas.** Analiza la actualidad nacional e internacional. Tanto el nombre del programa como el de las secciones, “F5”, “Interactiva” y “Reflexiones de buseta” tienen una marcada influencia de la era digital.
- **Ipanema. Producido por Comunicación Social. Jueves 16 h.** Espacio musical dedicado a la música del Brasil, sus orígenes e intérpretes.
- **La Caja de Pandora. Producido por Filosofía y Letras. Jueves 9 am.** La historia, el arte y la cultura son el tema de este espacio de dialogo entre docentes y estudiantes.
- **La Hoguera. Producido por Sociología- Ingeniería Ambiental Miércoles 10am.** "Debate temas ambientales y sociales. Conceptos interdisciplinarios y las posturas que se asumen a partir de cada temática. Es un encuentro y reconocimiento de saberes de emprendimiento social, desarrollo sostenible y desarrollo sustentable."
- **La Zona Tomasina. Producido por estudiantes de Comunicación Social. Jueves 6pm.** En varias secciones se promueven eventos académicos y culturales de la ciudad. Realiza entrevistas en estudio y pregrabadas según temas.
- **Mafaldas. Producido por Comunicación Social. Lunes 12m.** Un programa hecho por mujeres para mujeres, que resalta el papel femenino en la historia del mundo, la reivindicación de derechos y la igualdad de género.
- **Mente y Realidad. Producido por Psicología. Viernes 10 am.** Se discuten y analizan a través del dialogo entre docentes y estudiantes, temas relacionados con el quehacer del psicólogo y su relación con el entorno social.

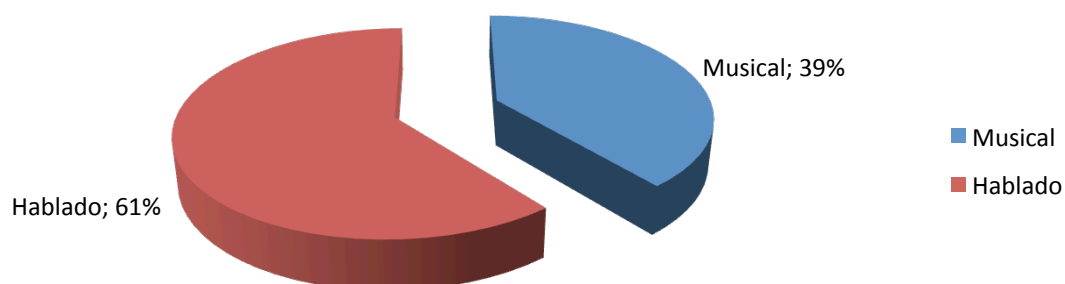
- **Mentes Divergentes. Producido por Comunicación – Derecho. Lunes 6 pm.** Espacio para el debate entre estudiantes de diferentes programas académicos en torno a las problemáticas sociopolíticas del país.
- **Mi Santa Fe. Producido por Gerencia Multimedia. Jueves 7pm.** Espacio dedicado al fútbol para analizar, dialogar e informar todo lo relacionado con el equipo rojo de la capital.
- **Neo-Ciudadano. Producido por Comunicación Social. Jueves 12m.** Un espacio de entrevistas, noticias y análisis, sobre el papel de los procesos comunicativos en la cultura ciudadana.
- **Noches de Película. Producido por Comunicación Social. Martes 7pm.** Magazín concerniente al mundo del cine: recomendados de la semana, perfiles de actores, guionistas y directores. También, bandas sonoras de la historia del cine. Los comentarios son amenos y propios del formato
- **Proyección en la Red. Producido por Proyección Social. Jueves 2pm.** Da cuenta de los proyectos y actividades que se desarrollan en cada uno de los Centros de Proyección Social que tiene la Universidad Santo Tomás en sectores vulnerables de Bogotá.
- **Punto G. Producido por Comunicación Social. Viernes 6pm.** Espacio de dialogo juvenil y entrevistas con profesionales sobre sexualidad. Temas que son tabú en la juventud o que parten de mitos que llevan a conceptos equivocados sobre la salud sexual.
- **Salsa Total. Producido por Mercadeo. Sábado 6 pm.** Dedicado a la historia, las noticias y los eventos del mundo de la salsa y sus protagonistas. Ocasionalmente tiene en cabina invitados que interpretan o conocen el género musical.
- **Smart. Producido por Estadística. Miércoles 11 am.** Dialogan con investigadores e interesados en el análisis de información estadística. Difunde desarrollos y plantea desafíos que enfrentan los usuarios de la estadística en el mundo laboral.
- **The World in Another Language. Negocios Internacionales. Martes 11am.** Tratando temas culturales y de actualidad nacional he internacional, los estudiantes que lo realizan dialogan en inglés, portugués y francés
- **Tinta Roja. Producido por Comunicación Social. Martes 12pm.** Realizado por integrantes del Semillero de Investigación “Politikos”, busca la formación de

una cultura política en la población estudiantil de la USTA, mediante el análisis de información y hechos de impacto nacional.

- **Viejos Tiempos. Producido por Gerencia Multimedia-Comunicación Social. Miércoles 3pm.** Es una tertulia al son de la música romántica intercalada con sonidos, voces, hechos y personajes que hicieron historia o que formaron parte de la cotidianidad social, económica, política o cultural en las décadas de los sesenta, los setenta y parte de los ochenta
- **Visión Humanística. Producido por Departamento de Humanidades. Jueves 5pm.** De acuerdo a los contenidos de las cátedras de humanidades o a las celebraciones más relevantes de la comunidad tomasina, se desarrollan los temas de este espacio.
- **Vistazo al Mundo. Producido por Negocios Internacionales. Jueves 10am.** Estudiantes y docentes de negocios internacionales dialogan sobre temas coyunturales que competen a los negociadores internacionales, además promueven eventos propios de la facultad.
- **Radio Francia Internacional.** Escenario Radio está asociada a la Red de Radio Universitaria de Colombia y a la Red de Radio Universitaria de Latinoamérica y el Caribe. Esto facilita el trabajo conjunto, la participación en concursos y convenios para reproducción de contenidos de medios internacionales como Radio Francia Internacional.
- **Franjas musicales:** listas de reproducción musicales en los que se emiten diferentes géneros.

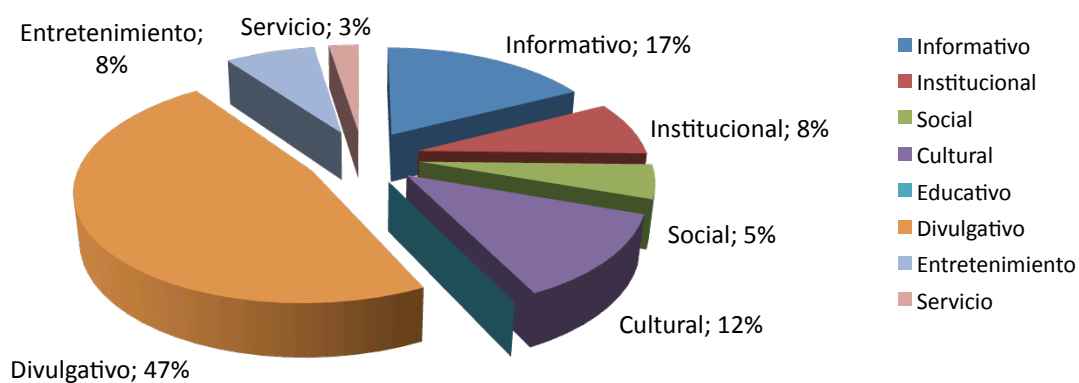
A partir del análisis de los contenidos emitidos en la programación, apreciamos que existe una gran cantidad de programas más de 40. De los cuales, desde una dimensión productiva, tienen mayor peso los espacios “hablados” que los musicales: 61% frente al 39%.

Tipo de Programa

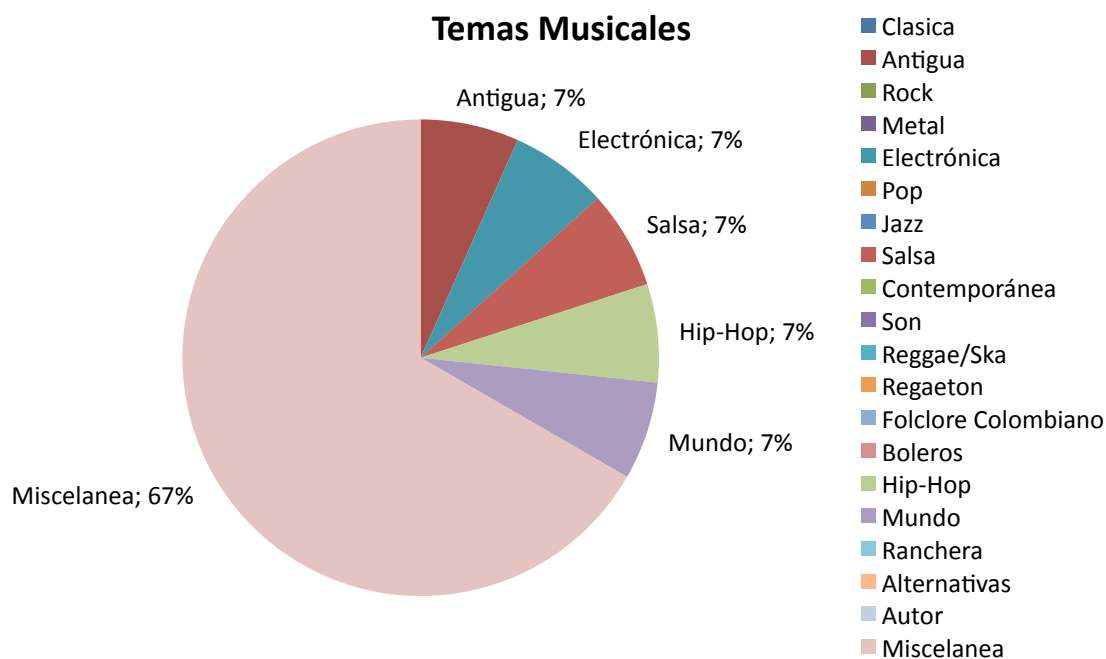


En cuanto a la finalidad del programa, podemos ver que el **47%** de los programas tienen un carácter **divulgativo**. Esto, en gran medida, se debe a la vinculación de cada uno de los programas en los procesos de generación de contenidos de la emisora. Le siguen los programas de tipo **informativo**, con un **17%**; los **culturales** con un **12%**, con un **8%**, los **institucionales** y de **entretenimiento**. Con un **5%** los **sociales** y con un **3%** los programas de **servicio**.

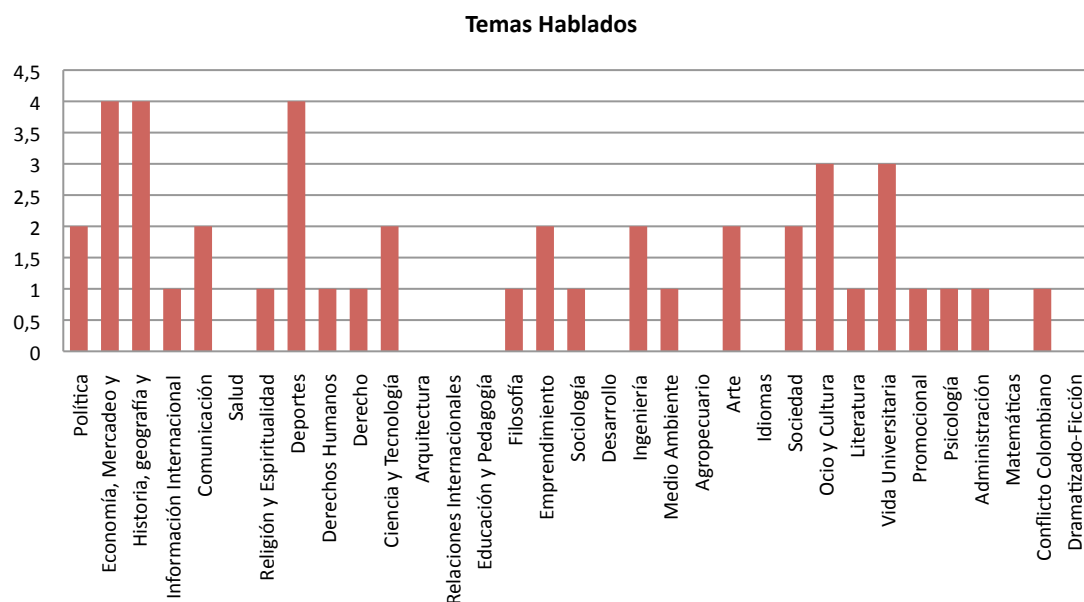
Finalidad del Programa



En cuanto a los tipos de programas musicales, podemos apreciar que el **67%** corresponde a espacios tipo **crossover**, listas de reproducción en este caso, y con un **7%** cada uno: **música Antigua**, **Salsa**, **Electrónica**, **Hip-Hop** y **música del Mundo**.



En relación a los temas tratados en los programas de Escenario Radio, vemos que los temas más tratados son sobre **economía, mercadeo y estadística y deportes**. Le siguen **ocio y cultura y vida universitaria**. En tercer lugar **política, comunicación, tecnología, emprendimiento, arte y sociedad**. Por último, existen programas sobre **derechos humanos**, psicología, administración, literatura, etc.



9.1.6.4. Distribución

Escenario Radio¹⁰⁷ es una emisora por Internet a través de la dirección <http://escenario.usta.edu.co/> Es una plataforma acorde a los objetivos de la institución universitaria, en la medida que tiene sedes en Bucaramanga y Villavicencio, además de la de Bogotá. Igualmente cuenta con estudios universitarios a distancia, con lo que Internet es el medio natural de distribución en la medida que reduce costos y está al alcance de toda la comunidad universitaria.

Escenario Radio tiene perfil en redes sociales como Twitter @EscenarioUSTA y Facebook <https://www.facebook.com/escenario.usta?fref=ts>

Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación	Showcast de winamp	Propio	Externo		Sí	Facebook Twitter	Tunein	Sí	No
128	Mp3			X						

9.1.6.5. Difusión

Escenario Radio es una emisora en la que participan en su totalidad, salvo los convenios con RFI, la Red de Radios Universitaria de Colombia y la Red de Radios Universitarias de Latinoamérica y el Caribe, miembros de la comunidad universitaria (estudiantes y profesores). Esto hace, sumado a los objetivos de darse a conocer entre los integrantes de la universidad, que el público objetivo se centre, principalmente, en los integrantes de la institución. Este supuesto se refuerza con el análisis de los contenidos, pues muchos se centran en el día a día de la universidad y en la divulgación y proyección de los programas académicos hacia la comunidad universitaria.

¹⁰⁷ Anexo A-PROT-07

9.1.7. Universidad Nacional Abierta y a Distancia: UNAD Radio

Fechas de análisis: 30 de mayo de 2014

La Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), fundada en 1981, es una institución universitaria autónoma nacional, que tiene como objeto la educación abierta y a distancia.

La UNAD tiene como misión fomentar la educación universal “a través de la modalidad abierta, a distancia y en ambientes virtuales de aprendizaje, mediante la acción pedagógica, la proyección social, el desarrollo regional y la proyección comunitaria, la inclusión, la investigación, la internacionalización y las innovaciones metodológicas y didácticas, con la utilización de las tecnologías de la información y las comunicaciones para fomentar y acompañar el aprendizaje autónomo, generador de cultura y espíritu emprendedor que, en el marco de la sociedad global y del conocimiento, propicie el desarrollo económico, social y humano sostenible de las comunidades locales, regionales y globales con calidad, eficiencia y equidad social”¹⁰⁸.

9.1.7.1. Variable Empresarial y Organizativa

La Universidad Nacional Abierta y a Distancia plantea su quehacer y su metodología en las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, con las que busca llegar a toda la población colombiana. Por eso mismo, tiene planteada una política de calidad con la que implementar y mantener esos estándares. Para eso ha definido una serie de objetivos:

- Diseñar e implementar estrategias y mecanismos de comunicación, capacitación, inclusión e interiorización de la cultura de la calidad en la UNAD y su articulación con su PAP y el plan de desarrollo institucional.
- Generar acciones que agreguen valor y garanticen un alto nivel de calidad en los insumos, los procesos, los resultados y los multicontextos institucionales en busca de la satisfacción de los actores académicos de la UNAD.
- Diseñar e implementar líneas de acción específicas orientadas a la acreditación y reconocimiento de excelencia del modelo académico pedagógico y el modelo de gestión de la UNAD.

¹⁰⁸ Anexo A-EST-08

- Generar acciones innovadoras tendientes a la estandarización y mejoramiento continuo de los procesos, la gestión óptima de los recursos y la satisfacción de las necesidades de los diferentes actores académicos identificadas en los múltiples contextos de actuación de la UNAD.
- Sistematizar y socializar el reconocimiento, desarrollo y promoción de las mejores prácticas en calidad y los mejores ejercicios organizacionales en todos los ámbitos y contextos de la UNAD.
- Consolidar herramientas de seguimiento y evaluación de la actividad institucional, que permitan la recopilación de la información requerida para la toma de decisiones que garanticen el aseguramiento de la calidad y la satisfacción de los actores académicos de la UNAD.

Como acción que contribuye a desarrollar el punto primero de los objetivos anteriormente expuestos, la Universidad Nacional Abierta y a Distancia concibe UNAD Radio Virtual como una herramienta destinada a fortalecer el área académica de la universidad con la que más de 75.000 estudiantes se pueden beneficiar.

UNAD está compuesta por 6 escuelas o facultades, con los siguientes programas:

- **Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería**
 - Ingeniería de Sistemas
 - Ingeniería de Alimentos
 - Ingeniería de Telecomunicaciones
 - Ingeniería Electrónica
 - Tecnología de Audio
 - Tecnología en Logística Industrial
 - Tecnología en Desarrollo de Software
 - Tecnología en Automatización Electrónica
 - Tecnología en Sistemas de Comunicaciones Inalámbricas
 - Tecnología en Gestión de Redes
 - Tecnología de Alimentos
 - Especialización en Procesos de Alimentos y Biomateriales
 - Especialización en Seguridad Informática
- **Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios**
 - Maestría en Administración de Organizaciones

- Especialización en Gerencia Estratégica de Mercadeo
- Especialización en Gestión de Proyectos.
- Especialización en Gestión Pública. Administración de Empresas.
- Tecnología en Gestión Comercial y de Negocios.
- Tecnología en Gestión de Empresas Asociativas y Organizaciones Comunitarias.
- Tecnología en Gestión de Obras Civiles y Construcciones.
- Tecnología en Gestión de Transportes.
- Tecnología en Gestión Industrial.
- Tecnología en Gestión Agropecuaria

- **Escuela de Ciencias Agrícolas, Pecuarias y del Medio Ambiente**

- Especialización en Biotecnología Agraria
- Especialización en Nutrición Animal Sostenible
- Agronomía
- Ingeniería Ambiental
- Zootecnia
- Tecnología en Producción Agrícola
- Tecnología en Sistemas Agroforestales
- Tecnología en Producción Animal
- Tecnología en Gestión de Empresas Ganaderas
- Tecnología en Saneamiento Ambiental
- Técnico Profesional en Producción de Palma de Aceite
- Técnico Profesional en Producción Bovina
- Tecnología en Gestión de Plantaciones de Palma de Aceite
- Diplomado en Sistemas Integrados de Gestión para la Producción Agropecuaria y Forestal Sostenible.

- **Escuela de Ciencias de la Educación**

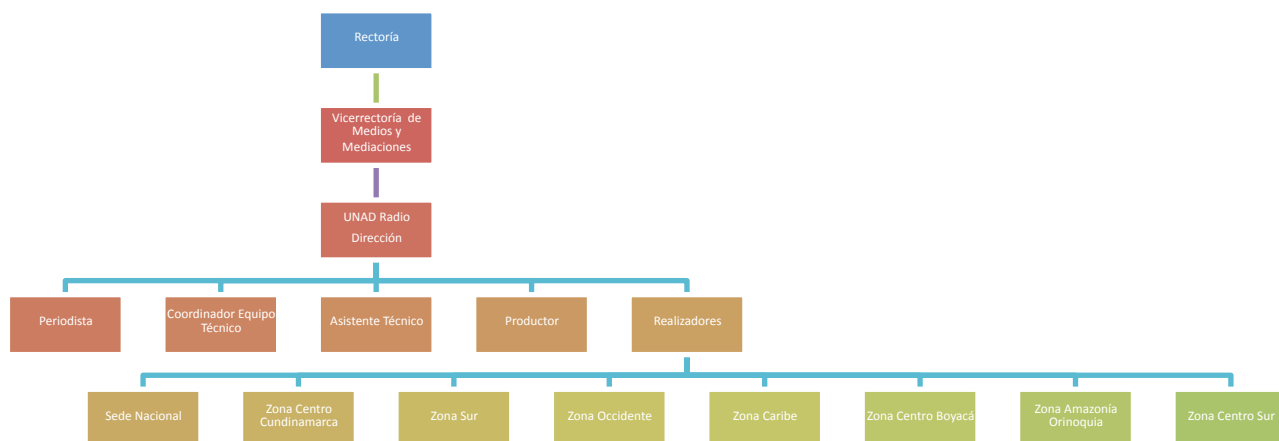
- Especialización Educación Superior a Distancia
- Especialización Educación, Cultura y Política
- Especialización en Pedagogía para el Desarrollo del Aprendizaje Autónomo

- Licenciatura en Etnoeducación
 - Licenciatura en Filosofía
 - Licenciatura en Inglés como Lengua Extranjera
 - Licenciatura en Matemáticas
 - Diplomado en Pedagogía al alcance de Profesionales no Licenciados
 - Diplomado en desarrollo de competencias comunicativas en inglés y en ambientes virtuales de aprendizaje
- **Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades**
 - Comunicación Social
 - Filosofía
 - Psicología
 - Diplomado en Políticas Públicas
 - Diplomado en Neuropsicología Social
 - Diplomado en Instrumentación y Orquestación para Formatos de Músicas Populares y Contemporáneas
- **Escuela de Ciencias de la Salud**
 - Tecnología en Regencia de Farmacia
 - Diplomado en Telesalud e Informática Médica

La emisora de radio, inaugurada el 7 de marzo de 2007, debe dar soporte a los programas académicos con el fin de convertirse en una herramienta educativa. La **emisora de radio** está adscrita a la **Vicerrectoría de Medios y Mediaciones Pedagógicas**.

A nivel interno, UNAD Radio Virtual¹⁰⁹ está conformada por la Dirección, de quien dependen las siguientes áreas: periodística, coordinación técnica, producción y realización. Los realizadores se dividen según las áreas de incidencia de la universidad: Sede Nacional José Celestino Mutis, Zona Centro Bogotá Cundinamarca, Zona Sur, Zona Occidente, Zona Caribe, Zona Centro Boyacá, Zona Amazonía Orinoquia y Zona Centro Sur.

¹⁰⁹ Anexo A-ENTR-12

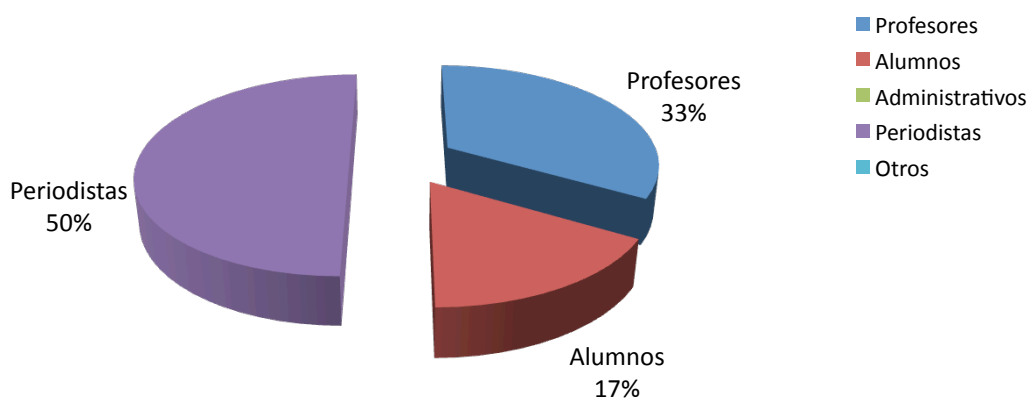


Elaboración Propia

9.1.7.2. Productiva

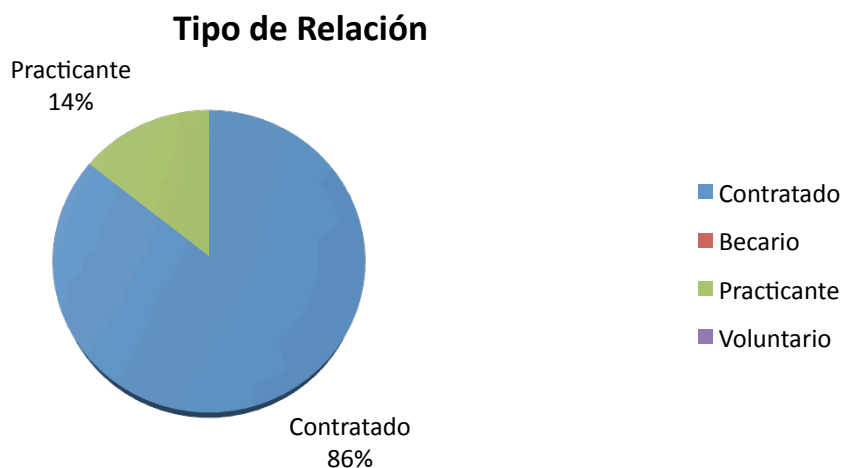
La emisora está compuesta por **30 personas**¹¹⁰, de los cuales el **50%** son **periodistas**, el **33%** **profesores** y el **17%** **alumnos**.

Perfiles del equipo de Producción

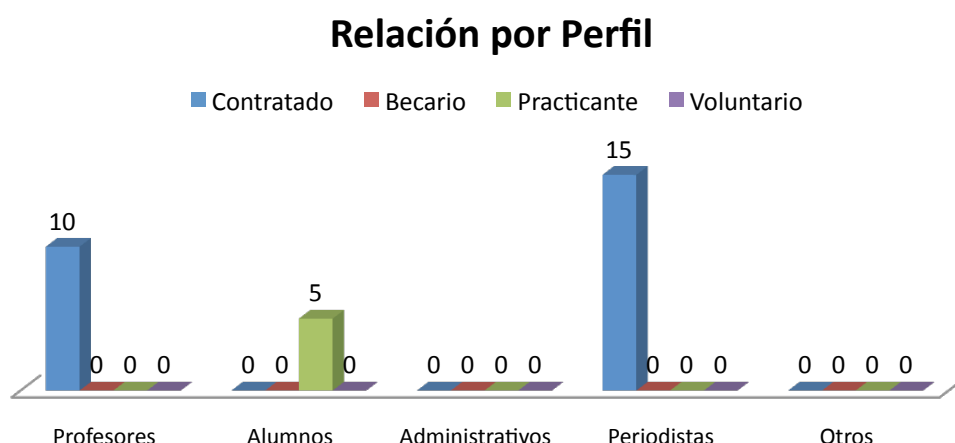


En relación al tipo de relación que mantienen, el **86%** son **contratados**, el **14%** son **practicantes**. La política de la UNAD no permite que se haya personal sin ningún tipo de relación formal con la institución.

¹¹⁰ Anexo A-PROT-08



Por lo tanto, según el rol y el tipo de relación que mantienen con la emisora, los profesores tienen un contrato de planta con la universidad, los alumnos son practicantes y los periodistas son contratados. En este último caso, 6 están en la sede de la emisora y 8 son periodistas repartidos por las diferentes seccionales de la universidad, y prestan un doble servicio: al departamento de comunicación de la UNAD y a la emisora de radio.



Salvo el personal contratado exclusivamente para las tareas de dirección y producción de la emisora, el resto de personal mantiene una relación de colaboración y voluntariado. Los profesores y administrativos, son los que de forma “altruista”, realizan contenidos. No hay una política definida por parte de la Universidad para incentivar la colaboración de los docentes. De la misma forma los alumnos realizan labores de producción en colaboración con los profesores y en el contexto de proyectos surgidos en clase.

9.1.7.3. Programación y Contenidos

La programación de UNAD Radio Virtual¹¹¹ tiene una concepción mixta, conformada por bloques musicales y programas temáticos tipo mosaico, de lunes a viernes; y una programación por bloques los fines de semana. La programación cuenta con una curva musical entre los diferentes bloques.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
No	Sí	Sí	Sí	Abierta	Sí	Sí

Descripción de los programas:

- **Construyendo Ciudadanía.** Se pretende reconocer las características básicas de la Democracia y de la Ciudadanía, así como su importancia para la construcción y fortalecimiento de la identidad colectiva de una comunidad, lo mismo que para la promoción del ejercicio de los derechos y deberes ciudadanos. Se realizará una serie de temáticas fomentando discusión teórica en torno al concepto de la ciudadanía y sus respectivas posiciones de acuerdo a los invitados al programa. De igual manera se analiza críticamente el papel que han desempeñado los antiguos y actuales movimientos Sociales en la refundación de la política, la democracia y la ciudadanía. Compartir con los oyentes una línea de acción participativa donde los temas estén conectados y su trayectoria sea clarificar ¿qué es el concepto de ciudadanía? ¿Cómo se trata el concepto y se aplica el término “reconstruyendo ciudadanía? ¿Qué es formación en ciudadanía o formación ciudadana? ¿Qué es ser ciudadanos? ¿Cuáles son los mecanismos de participación comunitaria? ¿Cómo se aplica en pro o en contra las leyes establecidas en Colombia para la construcción de ciudadanía? Y focalizaremos la construcción a través de los procesos pedagógicos y las diferentes posiciones argumentativas.
- **Cibersofía** *"Un programa de educación, pedagogía, filosofía y....algo más".* Propone un espacio radial que invita a todo aquel que esté dispuesto a enlazarse o conectarse con sus ideas, comentarios, aportes y propuestas, relacionados con

¹¹¹ Anexo A-PROG-10

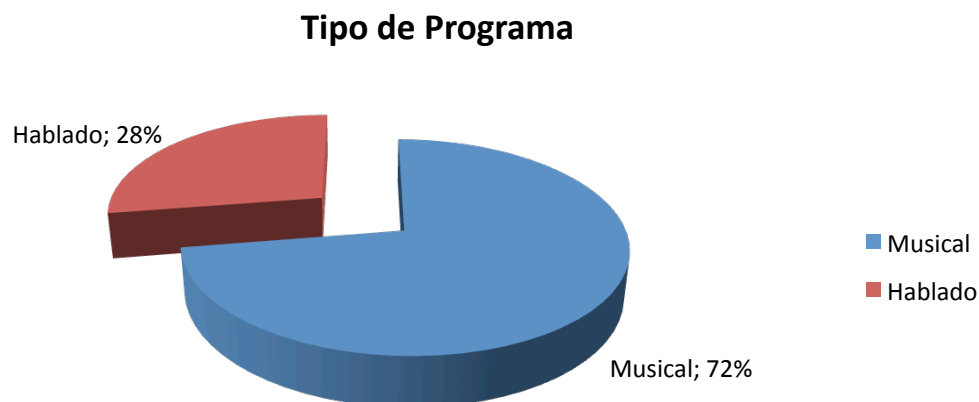
los saberes emergentes de los estudiantes, docentes, comunidades, regiones y escenarios ilimitados. El programa radial es un motivo más para darle impacto a la educación, un lugar para escuchar y comprender a los sujetos académicos como sujetos extendidos e interconectados con los saberes, el aprendizaje, la enseñanza, la educación virtual, la inclusión, la vinculación entre tecnología, pedagogía, educación y filosofía, entre otros. A tenor de lo anterior, el programa radial es un laberinto rizomático que se caracteriza por relacionarse con las diversas alteridades y con los múltiples espejos de la realidad.

- **Economía en breve.** Un espacio para comprender de una forma simple el mundo económico.
- **Contando hasta 10.** Espacio en el que se emiten experiencias tanto académicas como sociales. La cultura, la música y los proyectos de beneficios y construcción comunitaria con los que la institución se destaca en el ámbito local, nacional e internacional.
- **Caminando por nuestra tierra.** Un espacio diseñado por el programa de comunicación social del CEAD Arbeláez con el fin de generar conciencia sobre el manejo y la protección del medio ambiente y los recursos naturales.
- **Salud Global.** Programa donde su bienestar tiene un espacio, originado desde los estudios de radio de la zona Centro Bogotá, Cundinamarca.
- **Punto de Encuentro.** En sólo 30 minutos donde se expone todo lo relacionado con el agro, las comunicaciones, la informática, la empresa, y el comportamiento del ser humano.
- **Debate en Línea.** Un espacio que trata temas de actualidad e interés general, teniendo en cuenta la promulgación de los valores como eje fundamental de la pedagogía.
- **Palabreando con Sofía.** Espacio de diálogo con diversos invitados, historiadores, filósofos, antropólogos y demás profesionales de las Ciencias Sociales y Humanas, para abordar un análisis crítico que permita comprender las realidades actuales, tomando como punto de partida las diferentes visiones filosóficas construidas a lo largo de la historia del pensamiento humano. Un espacio para pensar la filosofía.
- **En sintonía con la VISAE.** Los estudiantes, egresados y aspirantes de la UNAD tienen su propio espacio académico e institucional. Acompañamiento, emprendimiento y bienestar para la formación profesional de los estudiantes.

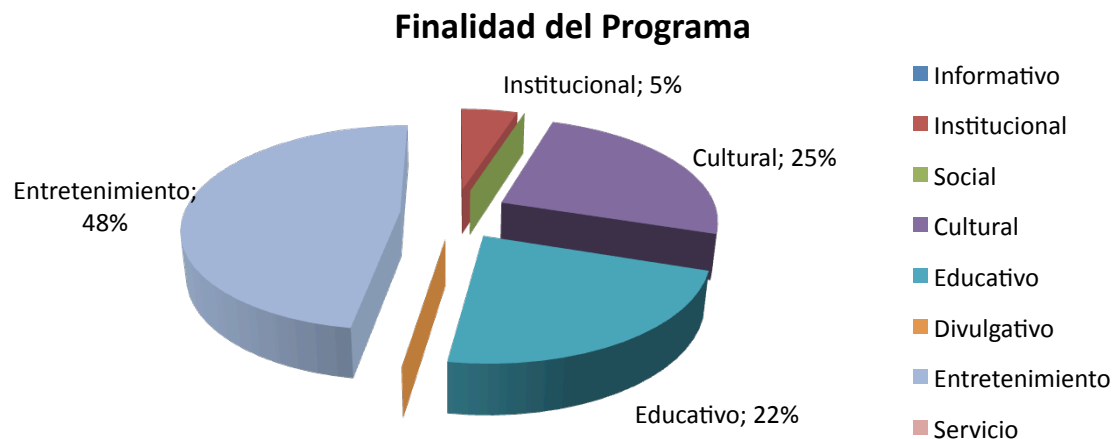
- **Educomunicate.** Programa que te invita a sentir la educación y la comunicación unidas. Un espacio participativo e incluyente que analiza, consulta, entrevista, juega y aprende.
- **Rumba criolla.** Sonidos tradicionales criollos
- **Cultura con pasión.** Programa de cultural
- **Beatles on Line.** Programa musical que hace 'regresar en el tiempo' con el grupo de Rock Británico más importante de todos los tiempos.
- **Arpa y Soga.** Espacio de música con el que estrecha lazos de amistad e intercambio cultural con todas las zonas de la UNAD. Programa que permite difundir un folclor puro y autentico que cuenta con un gran número de artistas, tanto de música llanera rural como urbana, costumbres, gastronomía, biografías de artistas, historia, conocimientos sobre el joropo, vocabulario autóctono, creencias y leyendas.
- **Factor RH – Rock en tus venas.** El universo de sentimientos y expresiones de un estado mental llamado juventud. Genera, apoya y difunde expresiones culturales juveniles con el fin de promover un reconocimiento de valores que fortalezca la identidad y los procesos educativos, recreativos e informativos de quienes han tomado una manifestación artística, cultural, deportiva, social, política o espiritual como elemento esencial de su proyecto de vida.
- **Embrujo llanero.** Raíces, costumbres, gente y música desde la llanura, las mejores canciones y el desfile de artistas. UNAD zona Amazonia Orinoquia.
- **Escala musical.** Un recorrido por las regiones de la zona centro sur de Colombia, donde sus protagonistas son sus gentes, sus costumbres y al música. Escala musical.
- **Leyenda Vallenata.** Desde Valledupar, tierra de música y leyenda. Noticias del momento, el vallenato de ayer y el vallenato de hoy.
- **Retro Jazz.** Programa que trae hechos históricos amenizados con piezas musicales de calidad, interpretadas por los artistas y creadores más virtuosos que hicieron posible este género. Ella Fitzgerald, Louis Armstrong, Charlie Parker, Ray Charles, The Dukes, Chet Baker Duke Ellington, Miles Davis, David Bubreck y Paul Desmond, están en Retrojazz, el mejor programa de clásicos de jazz. En Retrojazz disfrutará de la esencia del jazz: sus voces, su historia, su legado. Retrojazz, el encuentro con las voces que seguirán haciendo historia.

- **Tango U.** Cátedra en tiempos de tango. Este programa difunde entre la comunidad virtual de la RUV, el tango como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad, declarado así por la UNESCO. En el programa se presentan aires folclóricos (Tangos, Milongas, Candombes Fox Trots y Valses Criollos) propios del cono sur (Argentina y Uruguay) y el papel que juegan actualmente en las nuevas generaciones. A partir de la música propuesta en el programa se establecen comparaciones entre las nuevas y viejas tendencias de este ritmo. San Juan y Boedo Antiguo, Cielo Perdido, Pompeya y Al Llegar al Terraplén. Así como, Homero Manzi, Astor Piazzolla, Roberto Goyeneche, Adriana Varela, Carolina Rodríguez, al igual que las orquestas: Bajo Fondo Tango Club, La Fernández Fierro, Aníbal Troilo, Rodolfo Mederos, entre otras, están en Tango U, por RUV, para la audiencia global en línea.

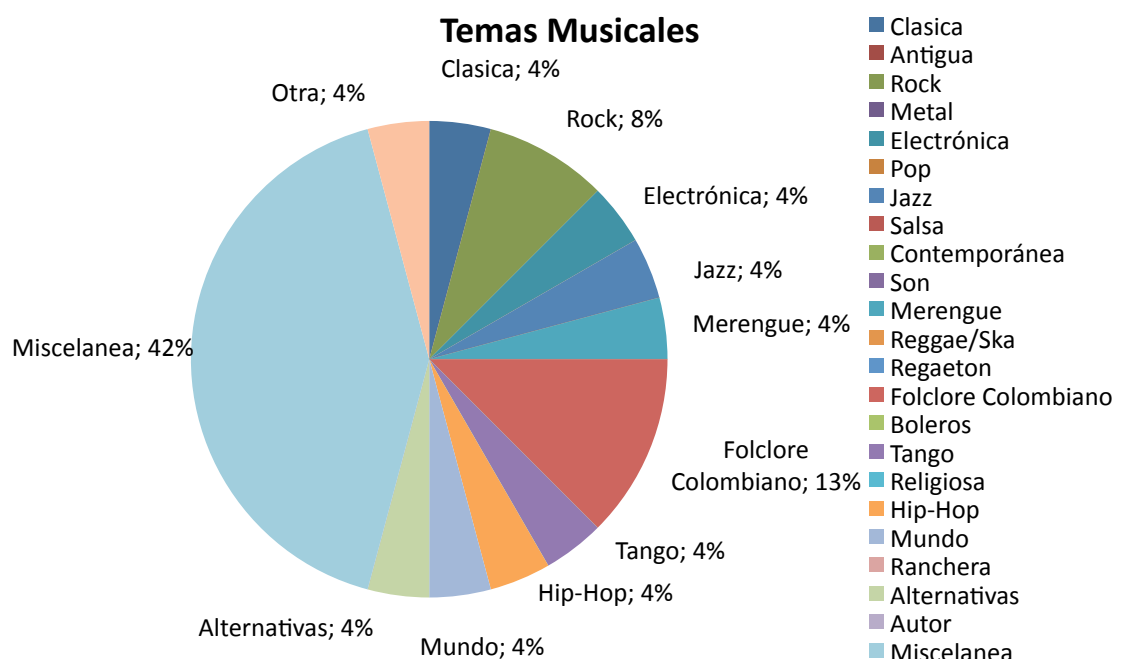
En cuanto al tipo de programación, podemos apreciar que el **72%** de los contenidos son de tipo **musicales**, frente al **28% hablados**. De ese 72%, el 26% son programas musicales de contexto y el **74%** restante son **listas temáticas de reproducción**.



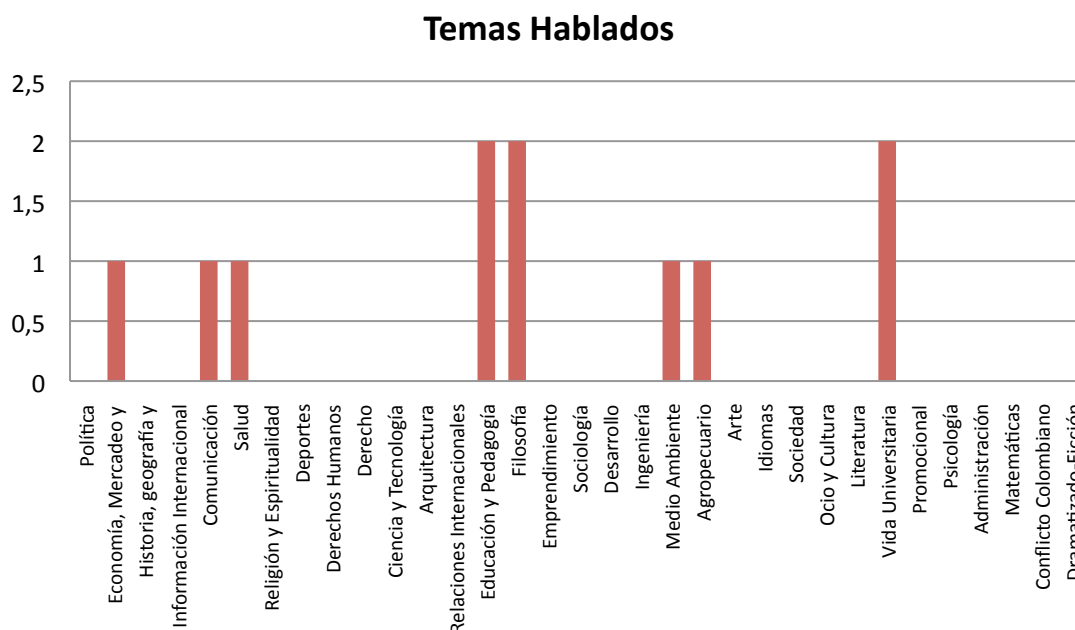
En cuanto a la finalidad de la programación, podemos ver que el **48%** de los contenidos tienen una finalidad de **entretenimiento**. Los programas **educativo** suponen un **22%**, el **cultural** un **25%** y el **institucional** un **5%**. Este porcentaje se debe, en gran medida, a la gran cantidad de espacio dedicado a las listas de reproducción pues la producción de programas educativos es limitada. Los programas de finalidad **divulgativa**, **servicio** o **social** son del **0%**.



En cuanto al tipo de géneros musicales que emite la UNAD Radio Virtual, podemos apreciar que el **42%** corresponde a **bloques de música variada**, seguido de un **13%** con música de **Colombia**, con un **8%** **Rock**, y con un **4%**, respectivamente, **clásica**, **electrónica**, **Jazz**, **Merengue**, **Hip-Hop**, músicas del **Mundo**, **Alternativas** y Otras.



En cuanto a los temas tratados, vemos que los temas más tratados son los de filosofía, educación y vida universitaria, seguido de medio ambiente, agropecuario, salud, economía y comunicación. En términos generales cada escuela o facultad tiene un espacio, pero no cada programa académico impartido por la universidad ni por cada una de las escuelas.



Es de destacar que para ser una emisora cuya finalidad es el apoyo académico como herramienta pedagógica, cuenta con pocos espacios educativos, para cubrir las necesidades de más de 50 programas de pregrado y postgrado. Esto se debe, en gran medida, a los recursos limitados del área de producción y la falta de articulación formal entre los programas académicos y la emisora de radio.

9.1.7.4. Distribución

UNAD Radio Virtual¹¹² es una emisora que emite por Internet a través de la página web <http://ruv.unad.edu.co/>. Cuenta con perfil en las redes de Twitter @ruvunad y Facebook <https://www.facebook.com/pages/Radio-UNAD-Virtual-RUV/118304218198765?fref=ts>.

Internet									
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web
Bitrate	Codificación		Propio	Externo		Sí	Facebook Twitter	Tunein	Sí
				X					
									No

9.1.7.5. Difusión

¹¹² Anexo A-PROT-08

Los contenidos de UNAD Radio, acordes a los objetivos establecidos por la dimensión corporativa, esto es por la Rectoría y Vicerrectoría de Medios y Mediaciones Pedagógicas, nos establecen un Público Objetivo compuesto por estudiantes de la institución universitaria. Estudiante que es difícil de tipificar, pues como comenta la directora de la emisora, Briceida Valderrama, pueden tener estudiantes de 17 años, como de 50 ó 60. De estratos bajos, medio-bajo, medio-medio y medio-alto, de zonas rurales de Colombia, como reos que estudian desde las cárceles¹¹³.

¹¹³ Anexo A-ENTR-12

9.1.8. Universidad Minuto de Dios: Uniminuto Radio

Fechas de análisis: 27 de mayo de 2014

Minuto de Dios es una institución de carácter educativo que se fundó en 1955 por el padre Rafael García Herreros, perteneciente a la comunidad Católica Eudista, con el propósito de promover el desarrollo integral de la persona humana y de las comunidades marginadas, tanto urbanas como rurales¹¹⁴.

En 1988 se unen la Corporación El Minuto de Dios, el Centro Carismático Minuto de Dios y la Congregación de Jesús y María (Padres Eudistas) para fundar el proyecto Corporación Universitaria Minuto de Dios. En 1990 el Ministerio de Educación Nacional reconoce la personería jurídica a la Corporación Universitaria Minuto de Dios y aprueba sus estatutos.

En la actualidad ofrece programas educativos a una población aproximada de 60.000 estudiantes, repartidos por todo Colombia, en:

- Pregrado: técnico profesional, tecnológico y universitario.
- Postgrado: especializaciones universitarias y maestría.
- Articulación con la educación media.
- Formación para el trabajo y el desarrollo humano tanto académico como por competencias.
- Educación continuada: diplomados, eventos, cursos y seminarios.

9.1.8.1. Variable Empresarial y Organizativa

El Sistema Universitario UNIMINUTO inspirado en el Evangelio, el pensamiento social de la Iglesia, la espiritualidad Eudista y el carisma del Minuto de Dios, tiene como propósito:

- Ofrecer educación superior de alta calidad y pertinente con opción preferencial para quienes no tienen oportunidades de acceder a ella, a través de un modelo innovador, integral y flexible.

¹¹⁴ www.uniminuto.edu.co fecha de consulta 27 de mayo de 2014

- Formar excelentes seres humanos, profesionales competentes, éticamente orientados y comprometidos con la transformación social y el desarrollo sostenible.
- Contribuir, con nuestro compromiso y nuestro testimonio, a la construcción de una sociedad fraterna, justa, reconciliada y en paz.

Los propósitos que siguen se articulan en relación a los siguientes principios¹¹⁵:

- **Humanismo Cristiano.** Creencia en la persona humana, en su integralidad como hijo de Dios, digno de respeto, y por lo tanto llamada a su completo desarrollo, como individuo y como miembro de una comunidad.
- **Actitud Ética.** Promoción del comportamiento ético a partir de valores fundamentales que determinan la actuación humana; esta actitud ética nace del reconocimiento de las personas en su dignidad, responsabilidad, derechos, autonomía y libertad.
- **Espíritu de Servicio.** Servir e incentivar el compromiso de servicio a la sociedad, y en especial a los más necesitados, es una responsabilidad ineludible para todos los seres humanos.
- **Excelencia.** Educación superior de excelencia en todos los aspectos de la vida universitaria.
- **Inclusión y equidad educativa.** Derecho de todas las personas a la educación. Opción preferencial por quienes no tienen acceso a ella.
- **Sostenibilidad.** Para el logro de los objetivos misionales, la institución debe ser un proyecto sostenible.
- **Praxeología.** El ejercicio de la práctica, como validación de la teoría, como método de enseñanza – aprendizaje y como fuente de conocimientos.
- **Comunidad educativa.** La construcción de una comunidad educativa sólida que ofrece apoyo mutuo y testimonio fraternal, e interactúa con las otras comunidades donde la institución universitaria ofrece sus servicios, para que ellas sean protagonistas de su desarrollo.
- **Comunidad participativa.** Comunidad participativa en donde todos tengan acceso a la información pertinente, ejerzan libremente el consenso y el disenso,

respeten y sean respetados por los demás, trabajen en equipo y aprendan a resolver los conflictos y las diferencias a través del diálogo.

- **Identidad cultural.** El amor a la patria, respeto por las tradiciones y valores culturales en su diversidad.

Uniminuto Radio es una emisora que inició sus labores en mayo de 2009 como un proyecto de la Escuela de Medios, con los profesores Fernando Guitiérrez, Fabián Medina y Derly Narváez. Nació con la concepción de radio On-Line. Sería en 2014, a principio de año, cuando conseguirían una frecuencia en A.M., 1430 KHz, fruto de un convenio con la Comunidad Jesuita Colombiana, al “ceder” la frecuencia que tenían en posesión (1430 A.M. emisora Jennedy).

En la actualidad se está trabajando para que Uniminuto Radio sea una emisora con licencia Comercial que emite por Amplitud Modulada 1430 KHz.

No podemos analizar la presente emisora pues está en pleno **proceso de configuración** como medio de comunicación universitario: en sus contenidos, en su estructura de programación y de distribución¹¹⁶.

¹¹⁶ Anexo A-ENTR-14

9.1.9. Universidad Konrad Lorenz: Kom Radio

Fechas de análisis: 8 de julio de 2014

La Fundación Universitaria Konrad Lorenz nació el 4 de noviembre de 1981 bajo su primer nombre, Instituto Universitario de Ciencia y Tecnología Konrad Lorenz, como una fundación sin ánimo de lucro.

La universidad comenzaría su oferta académica con el programa de Psicología. Área que la posicionaría como una de las principales universidades de Colombia en esta materia. Actualmente cuenta con una la Revista Latinoamericana de Psicología, fundada en 1969 e indexada internacionalmente.

La universidad cuenta con 6 programas de pregrado y 7 de posgrado

- Matemáticas
- Ingeniería Industrial
- Ingeniería de Sistemas
- Mercadeo
- Administración de Negocios Internacionales
- Psicología
- Especialización en Psicología Clínica Infantil, del Adolescente y la Familia
- Especialización en Psicología Forense
- Especialización en Psicología del Consumidor
- Especialización en Evaluación Clínica y Tratamiento de Trastornos Emocionales y Afectivos
- Especialización en Gerencia de Recursos Humanos
- Maestría en Psicología del Consumidor
- Maestría en Psicología Clínica

9.1.9.1. Variable Empresarial y Organizativa

La presente institución de educación superior “está dedicada a la enseñanza, difusión y generación del conocimiento científico y cultural, está abierta a las principales corrientes del pensamiento y del conocimiento universal y es de su interés el desarrollar y promover la investigación con la finalidad desinteresada de conocer la verdad y con el propósito de encontrar formas y procedimientos válidos para contribuir a la solución de

los problemas de nuestro país. La institución fundamenta su ordenamiento formal y su acción cotidiana en los principios de la tolerancia y el respeto por la dignidad de las personas, por sus derechos y por el conjunto de valores que hacen posible la convivencia y la comunicación civilizada”¹¹⁷.

La Universitaria Konrad Lorenz es una institución filosóficamente liberal que concibe sus acciones bajo los principios fundamentales de la tolerancia, la libertad académica, de investigación, de aprendizaje y de cátedra. La institución ve la investigación científica, tecnológica y cultural como el camino para solucionar las problemáticas sociales. “La investigación por lo tanto, es una de las coordenadas básicas, al lado de la docencia”¹¹⁸.

Konradio es una emisora web que surge como un proyecto por parte de estudiantes, que emite por Internet a través de la dirección <http://www.konradio.co/> y que se define como ecléctica, en sus formas y en sus modos. Como explica la radio:

“La palabra ecléctico, según el RAE proviene de una raíz griega que significa: “que elige”. Y si se amplía el concepto detrás del término, también tiene que ver con “adoptar doctrinas de distintos sistemas” (Britannica) en la búsqueda de encontrar algo importante para cada persona.

Ecléctico. El término llega revestido de una complejidad y misterio, pero el cómo hace parte de la radio que queremos proponer es más sencillo: para nosotros, algo importante es el goce que nos puede brindar la música. El cómo un sonido da cuenta de los intereses de una sociedad, de muchas sociedades; y en las canciones reposan las ideas tan variadas del mundo que cada día, aparentemente, se conecta más. Recorrer distintos sonidos de forma ecléctica es posible en [konradio.co](http://www.konradio.co)

La propuesta de una radio universitaria como la nuestra es la de abrir su programación a la mayor cantidad de sonidos; es también la visión de un proyecto educativo que busca formar estudiantes críticos frente a la sociedad actual y tolerantes para recibir nuevos aprendizajes.

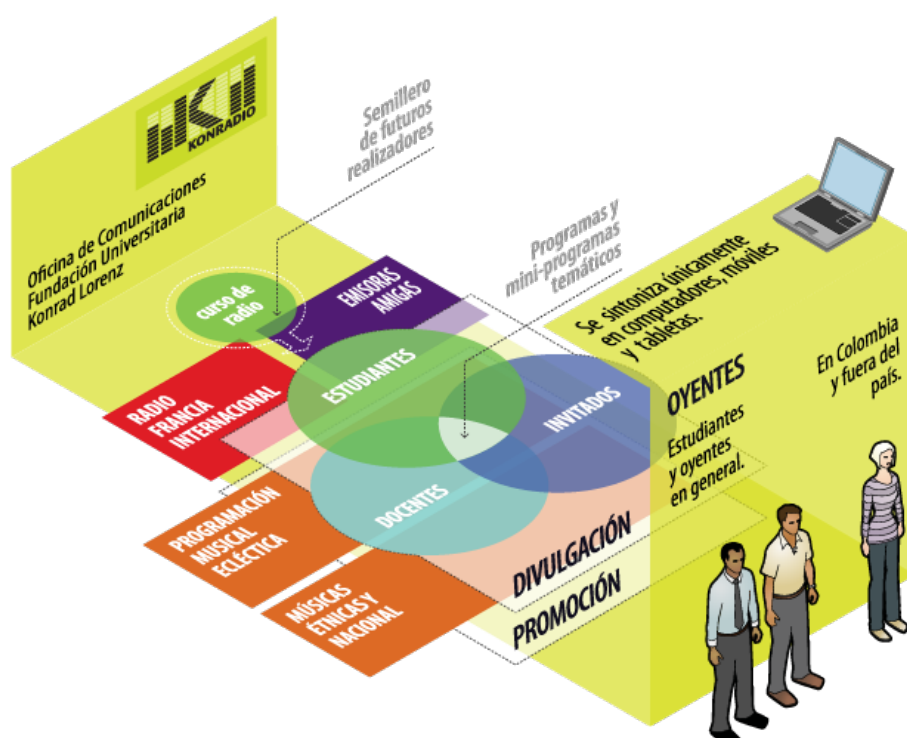
¹¹⁷ Anexo A-EST-09

¹¹⁸ www.konradio.co fecha de consulta 8/7/2014

El sonido “eclectico” no es otra cosa que la oportunidad de seleccionar una muestra amplia de creaciones que nos inviten a una empatía con las diferentes culturas e ideas que se acercan desde tantos frentes. Que dichas propuestas puedan, además, convivir una al lado de la otra.

Al interior de esa programación también habitan programas realizados por invitados, por docentes y estudiantes de la Konrad Lorenz, por melómanos y aficionados, por personas llenas de un saber que debe ser divulgado”.

La emisora depende de la Oficina de Comunicaciones:



Fuente: Konradio <http://www.konradio.co/acerca-de-konradio.html>

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad konrad Lorenz		Privada	Bogotá	1	No Aplica
Adscripción	Rectoría	Rector	Sonia Fajardo Forero	Unidad	Oficina de Comunicación
Director Radio	Juan Daza				
Nombre Emisora	Konradio				
Presupuesto	Interno				
Objetivo	Extensión – Divulgación				

9.1.9.2. Productiva

Konradio está conformada por dos integrantes de Planta¹¹⁹: un comunicador y un administrativo. Ambos son contratados.

La producción de la emisora asciende a unos 10 programas, realizados por el director de la emisora y los profesores o alumnos que realizan el proyecto radial. La colaboración de estos es voluntaria. Durante la visita de campo y la aplicación del protocolo de observación, no pudimos evidenciar el perfil de los integrantes voluntarios. La información solicitada a la dirección de la emisora no inclusive el perfil de las personas que contribuyen a la producción de programas: profesores, alumnos, personal de administración y servicios, realizadores externos, etc.

9.1.9.3. Programación y Contenidos

La programación de Konradio se caracteriza por tener una estructura tipo mosaico en la que se intercalan programas especializados y listas de reproducción musical, en un periodo que abarca de lunes a domingo. Los programas temáticos se concentran, en mayor medida, en horarios de tarde de lunes a jueves. La estructura de contenidos de Konradio no se ciñe a los tiempos y periodicidad de la radio tradicional. Tiene una concepción de radio a la carga con horarios de emisión preestablecidos a grabaciones en caliente y emisiones en directo.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
No	Sí	Sí	Sí	Semestral	Sí	Sí

En cuanto a los contenidos:

- **“Astronómicamente hablando.** Dicen, no nos consta, que la Luna afecta a las personas. Se hablaba, hace años, de *lunáticos*. Hoy los motivos para perder la razón parecen estar lejos de nuestro satélite natural. Ahora la Luna cuenta con aplicaciones para *tablets* donde se pueden reconocer fácilmente cráteres y alteraciones en su superficie. ¿Acaso eso es señal de que hemos avanzado en nuestra percepción del universo? Por lo visto no, de hecho, cada vez nos

¹¹⁹ Anexo A-PROT-09

alejamos más de las explicaciones que están encerradas en el infinito del universo. Hace miles de años acudíamos al espacio por respuestas. El que fueran acertadas o no las interpretaciones es motivo de otros terrenos pero nosotros sí creemos que en el espacio hay muchas respuestas: ¿cuáles son las fuerzas que hacen que el universo se expanda? ¿cómo se comporta la energía en otros lugares del universo? ¿qué tipo de universo es el nuestro y eso qué implicaciones tiene? ¿cómo podemos aprovechar El Sol que nos tocó de mejores maneras? Esas preguntas son las que mueven la ciencia hoy en muchos frentes. Y nosotros queremos participar del entendimiento de esos retos. Astronómicamente hablando es un programa radial liderado por el grupo de astronomía aficionada: Astro-K. Ellos, jóvenes, no son lunáticos pero sí los seduce la luna y otros muchos secretos que están esperando ser descubiertos y otros tantos esperan ser comprendidos. Astro-K quiere divulgar la astronomía, la astrofísica, la exobiología, y otras tantas disciplinas que nos acercan al espacio. La respuesta de lo que somos también está allá afuera, esperando por nosotros. "Somos polvo de estrellas" solía decir Carl Sagan. Lo que significa esa frase se responde en cada programa: el universo somos nosotros.

- **A 33 revoluciones en el Rock.** Un sustrato se refiere al lugar en el que se imprime algo, una superficie para guardar información: un papel, para las palabras; una cinta, para los sonidos; una película, para una imagen; un disco duro, para los bits con los que creamos hoy. Hay un sustrato que desde hace más de cien años ha guardado música, voces, orquestas, bandas, discursos y muchos de los testimonios del arte y ruido de nuestro tiempo: el vinilo. Para algunos cultos de la música, melómanos y conocedores, el vinilo tiene un sonido especial: ancho, gordo, profundo. Una suerte de sortilegio lo rodea y el por el hecho de estar grabado en esos surcos (en inglés se les dice "grooves" y de ahí muchas otras cosas se desatan...) pareciera sonar distinto. Puede ser... no cabe para nosotros juzgar si es así o no. Lo cierto es que queremos que usted lo oiga. Que usted se encuentre hoy, a medida que cada vez nos hacemos más "digitales", con los vinilos de muchas bandas de rock que dejan su huella así. Curiosamente hoy son muchas bandas de rock progresivo, metal, y otros géneros de ese estilo las que distribuyen su música así, pero no serán las únicas que pasan ni giran a 33 revoluciones.

- **Laberintos del corazón.** Andrea Villate ha estado buscando en la radio, desde hace algunos años, las canciones para hablar del amor, en todas sus caras. Amores buenos, amores malos, amores invisibles, lejanos, imposibles, posibles, soñados... Ella cree en el amor como una fuerza: una de emociones, una fuerza del espíritu. Esa radio le ha mostrado cómo algunas canciones se convierten en himnos y otras en maldiciones. Pero eso no quiere decir que el amor tenga un solo sonido, para nada, las historias del amor son tantas como las canciones que se han escrito. Por eso, los Laberintos del corazón no es un lugar para el desamor o lo romántico, va mucho más allá: son las tantas veces que se ha tratado de escribir una letra, que de cuenta del misterio detrás de las emociones. Ella sabe regresar de modo que no se preocupe por perderse en ese laberinto.
- **Juan en la sala.** Este programa nació hace un par de años en la emisora La X (!03.9 FM, Bogotá) como parte del magazín radial "Los originales" y en ese entonces tenía un propósito especial: ayudar en el tránsito de la programación tradicional de ese dial hacia el magazín. En ese formato fueron 3 años de emisiones y se logró su propósito. Sin embargo, el programa empezó a contar con una identidad propia y siempre existía la posibilidad de darle un vida aparte. Su ciclo se cerró en ese dial y migró hacia un formato de radio universitaria. El propósito musical ahora está alineado con el espíritu sonoro de la emisora www.konradio.co: una programación musical ecléctica. Eso quiere decir que la música tiene tanta variedad como sea posible, tanta como podamos encontrar: sonidos frescos, independientes, de distintas culturas, etc. A la par de esa programación musical en la sala, que no es sólo de Juan, existe un micrófono abierto para conversar con los protagonistas de los sueños, ideas, proyectos, iniciativas de nuestro tiempo. Vale mucho hablar con el protagonista de la noticia, claro, pero en esta sala cabemos todos. La radio conversa con muchas personas porque muchas personas somos también todos nosotros. Vernos en otro, en ese que conversa por un par de horas.
- **Fútbol entre líneas.** Primero el balón, después los jugadores... En Inglaterra dividieron el fútbol entre líneas celestiales y terrenales. Las celestiales son el reglamento, las terrenales los potreros donde operan sus leyes. Si el empate entre ingleses y escoceses marcó para siempre los destinos del balompié moderno, entre líneas yacen leyendas sobre juegos de pelotas emplumadas en la antigua China y de guerreros celtas pateando cráneos de soldados romanos. Los goles

descendieron de las estrellas al césped y el milagro se hizo real en los pies de un vasallo llamado futbolista. Fue Drayton quien vaticinó en el siglo XVI que la condena de los goles serían los guardametas y que para anotarlos el hombre requería manos para evitarlos... Detrás de los sacrificados “goleros” vendría la táctica con las guerras mundiales mientras Soriano se rebelaba contra la cárcel impuesta por las líneas celestiales de las 5 con 50 que circundan el arco. El fútbol mutó en su praxis como en su lenguaje. Décadas atrás, las líneas de los periódicos futboleros contaban el número de goles marcados: Suecia 2, Brasil 5; Italia 4, Alemania 1... En la actualidad, sus líneas numéricas aluden a esquemas, estrategias y líneas de juego: la selección uruguaya arrancó con un 4-4-2, después cambió a 3-4-1-2 y terminó jugando 4-2-3-1. Si el acto del fútbol inicia con la pelota en la línea central y termina cuando el balón atraviesa en su totalidad la línea de meta, el recorrido de Fútbol Entre Líneas será precavido. Los pases rotarán por algunos futbolistas y algunas veces las líneas se adelantarán para abordar el fútbol femenino, todo dependerá de su ubicación en el campo. Pero antes de atreverse a pregonar cualquier verdad, será preferible interrogar a los entrenadores, a los árbitros y a los libros, en ocasiones a los dirigentes y a algunos periodistas. La línea de opinión para los fanáticos será oportuna siempre y cuando no esté situada en fuera de lugar o por delante de la línea del último defensor, mucho menos por delante de la línea del balón, que es más veloz que el hombre.

- **La grasa de las capitales.** En 1979, Serú Girán declaraba "la grasa de las capitales cubrió tu corazón". Una letra para una canción poderosa que puede confirmar lo que sabemos pero que a ratos no entendemos: el encanto misterioso de las ciudades que se mete en nuestras vidas. Claro, la banda también afirma "la grasa de las capitales no se banca más". ¿Pero y si la ciudad la miramos de otra forma? Si dejamos que la poesía, la literatura, la música se conviertan en testimonios de esa ciudad inmensa. De esa ciudad que cada quien lee como puede... En ese momento tenemos un programa de radio.
- **Es tiempo de matemáticas.** Las matemáticas son una ciencia que enfrenta una misteriosa paradoja: es el lenguaje que hace posible la ciencia (todas) y a la vez el motivo de mayores terrores y disgustos en distintos momentos de la vida de un estudiante. ¿Acaso estamos destinados a ver en ella una ciencia inalcanzable? No, no lo estamos. Precisamente el propósito del espacio "Es tiempo de

matemáticas" es lograr acercarnos a ella de manera sencilla, directa y divertida. Carlos Diez propone un diálogo entre nosotros, los que no somos matemáticos, con la historia y los muchos motivos para que la matemática sea una protagonista. Los números hacen posible los avances tecnológicos que tanto disfrutamos. Esta es la oportunidad de re-encontrarse con las matemáticas si en algún momento perdió su encanto; es también una oportunidad para encontrar en el oficio de los matemáticos ese deseo constante por respuestas.

- **Konciencia.** La voz de la conciencia: El qué le dice a cada uno es algo privado. Pero cuando su voz habla con ciencia los argumentos cambian. Usted se reviste de argumentos para comprender y le permite, además, hacer parte de una sociedad del conocimiento que avanza a diario. La conciencia que debemos tener también se refiere a entender: qué la vida es frágil, que los recursos que estamos consumiendo de forma desmesurada se están agotando, que no somos una especie dominante: hacemos parte de un sistema. La conciencia es encontrar con urgencia de qué forma podemos vivir en armonía en el lugar en el que estamos. ¿Podemos ser completamente sustentables hoy en una ciudad, en una metrópoli? Algunos lo han logrado, hay muestras de que sí es posible, pero mientras todos llegamos a ese ideal podemos reducir el impacto en muchos frentes. Konciencia tiene recomendaciones, consejos, conversaciones, debates... distintas formas de ver un problema inmenso y convertirlo poco a poco en una oportunidad de poner en marcha nuestra capacidad de sentir y pensar. Son muchas las cosas por hacer y muchas las conversaciones por tener con la ciencia, cerca.
- **Los sonidos otros de la Urbe.** El espacio “Los sonidos otros de la urbe”, propone una mirada diferente a la realidad urbana, a partir de la reflexión sobre las particularidades y singularidades que le permiten ser un espacio, en el que conceptos como multiplicidad, diversidad y pluriculturalidad, son parte de lo cotidiano y cercano a todos sus habitantes. El programa propone indagar la realidad bogotana tomando en cuenta aspectos como sus lugares, palabras y formas de habitar y nombrar la ciudad por parte de sus ciudadanos, que desde la visibilidad o el anonimato contribuyen y hacen posible que el movimiento cultural de la capital, se mantenga en constante crecimiento y transformación. Siguiendo con lo anterior, el programa busca explorar en los aspectos culturales, sociales, económicos y políticos, en los cuales emergen y se constituyen las

producciones culturales de los Bogotanos, observando estas producciones como otra posibilidad de intervenir la realidad urbana en el respeto por la diferencia, por la diversidad y por el otro. La selección y programación de la música que acompaña cada emisión, la lleva a cabo el realizador y director del programa, haciendo uso de diversos estilos y géneros musicales como el acid jazz, el soul y el funk, muy afines con la vida y la realidad urbana.

- **Mundos diversos.** ¿Qué tan diverso es realmente el mundo que nos rodea? En algunas muestras las diferencias parecen no ser muchas. O ese puede ser el lamento cotidiano: "siempre es lo mismo". Sin embargo, la obra de la humanidad está llena de creaciones donde lo diverso reina. El cine, la literatura, las artes, la palabra, la música, la arquitectura, las canciones, las tantas cosas que hacemos. Los mundos diversos son conversaciones sobre lo mucho que podemos encontrar que da cuenta de las infinitas (y diversas) búsquedas que tenemos cuando creamos”¹²⁰.

La programación cuenta con 25 producciones y una gran lista de reproducción. Si bien esta última mantiene una curva musical a lo largo del día y de la semana.

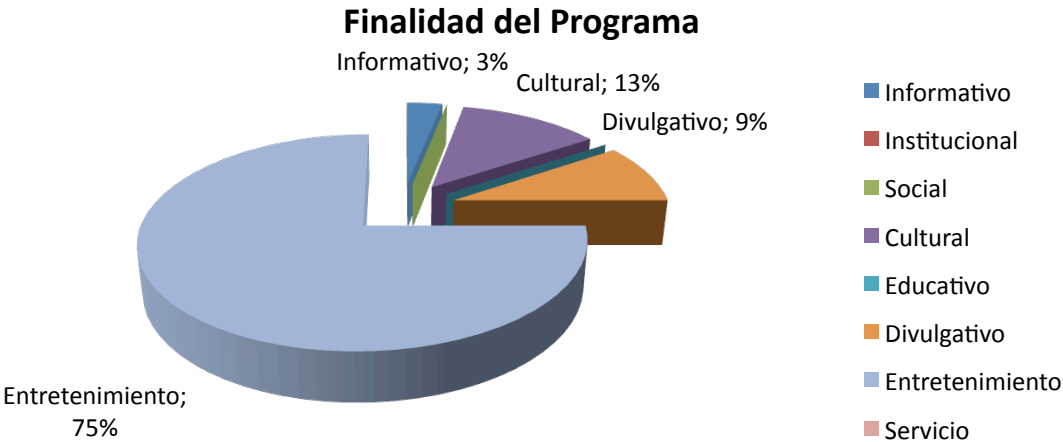
En cuanto a los espacios programáticos, el 73% son musicales, frente al 27% de programas hablados.



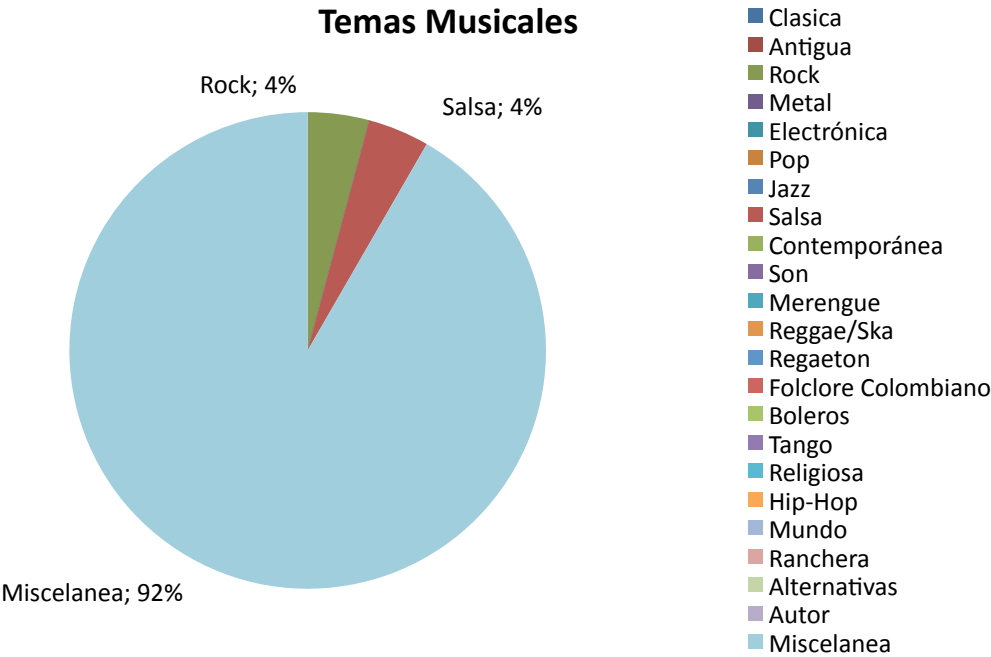
En cuanto a la finalidad de los programas, podemos observar que el **75%** de los programas tienen una finalidad de **entretenimiento**. Este porcentaje se desprende de las listas de reproducción y del tiempo de emisión de ésta. Con un **13%** encontramos

¹²⁰ <http://www.konradlorenz.edu.co/es/> fecha de consulta 8/7/2014

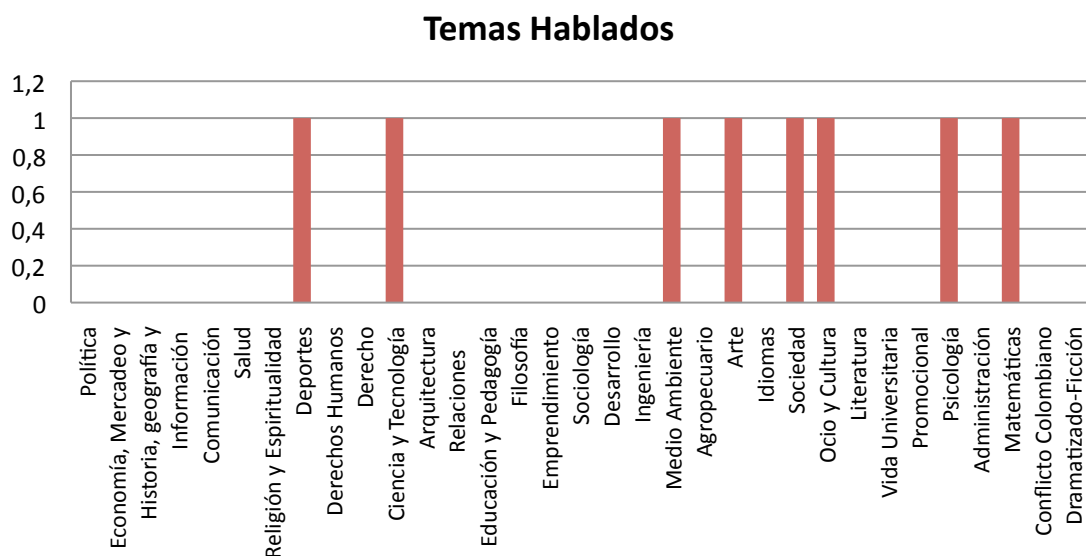
programas con un fin **cultural**, seguido del **divulgativo** con un **9%** y del **informativo** con un **3%**.



En cuanto a los temas musicales, observamos que el 92% son espacios en los que se emiten diferentes géneros musicales, en la mayoría, bajo el concepto de ecléctico: desde las listas de reproducción, hasta los programas en los que la música es el medio de la reflexión, de la discusión. Con un 4% se encuentran los temas de Rock y de salsa.



En relación a los temas hablados, podemos apreciar que



9.1.9.4. Distribución

Konradio¹²¹ es una emisora Web que emite a través de la página <http://www.konradio.co> a 256 Kbps de compresión, o a través de la aplicación de Tunein <http://tunein.com/radio/Konradioco-s191356/>. Cuenta con un servicio de Podcast a través de soundcloud <https://soundcloud.com/vivekonradio>. Tiene perfil en redes sociales como Twitter @ViveKonradio y Facebook <https://www.facebook.com/groups/302136943143860/>

Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación	Shoutcast	Propio	Externo		Sí	Facebook Twitter	Tunein	Sí	No
256 Kbps				X						

9.1.9.5. Difusión

A partir de la estructura de programación, de la descripción de los espacios programáticos, del sistema de distribución y de los objetivos de la institución y de la emisora web, podemos suponer que el público objetivo está conformado por jóvenes y adultos, con gustos musicales variados, que buscan contenidos especializados en psicología, ciencia y tecnología y cultura.

La programación de Konradio se estructura a partir de unos contenidos musicales tipo *crossover* en secuencias temporales y espaciales biorítmicas. Es decir, acorde a las

¹²¹ Anexo A-PROT-09

dinámicas sociales impuestas por el sistema productivo. Es una emisora para oír mientras se realizan otras actividades. Una emisora que no se ciñe a las pautas de consumo de contenidos hablados de la radio tradicional.

9.1.10. Universidad Politécnico Grancolombiano: Poli Radio

Fechas de análisis: 22 de julio de 2014

La Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano se funda en 1980 como una fundación educativa centrada en la formación técnica laboral, ante la creciente demanda de carreras tecnológicas:

“Los fundadores del Politécnico Grancolombiano impulsados por su fe en nuestra nación, convencidos de la necesidad de capacitar a nuestros compatriotas para que contribuyamos conjuntamente a mejorar los medios de nuestra vida social y seguros de que la educación enaltece y hace libre al hombre, han creado este centro de educación en el que prevalecerán los principios de la verdad, la igualdad y el respeto a todos los valores propios que nos distinguen, nacidos de las tradiciones de lo colombiano”¹²².

A partir de 1991 la universidad ya no solo ofrecería programas tecnológicos, sino que comenzaría a centrar su oferta académica en ciclos profesionales. Desde 2010 comenzaría un proceso de expansión y crecimiento, inaugurando una sede en Medellín (2013) y firmando convenios con entidades internacionales con las que abrir su oferta académica a países en vías de desarrollo. En la actualidad, la Universidad Politécnico Grancolombiano ofrece programas tecnológicos, profesionales, de postgrado e internacionales en modalidad presencial y virtual.

9.1.10.1. Variable Empresarial y Organizativa

La Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano tiene como fin contribuir a la inclusión social y al desarrollo de la nación, a través de programas en toda la cadena de formación que se distingan por su calidad y pertinencia y el desarrollo de proyectos de extensión e investigación aplicada, fundamentados en los valores institucionales con el firme propósito de buscar la excelencia académica, a partir de los siguientes principios:

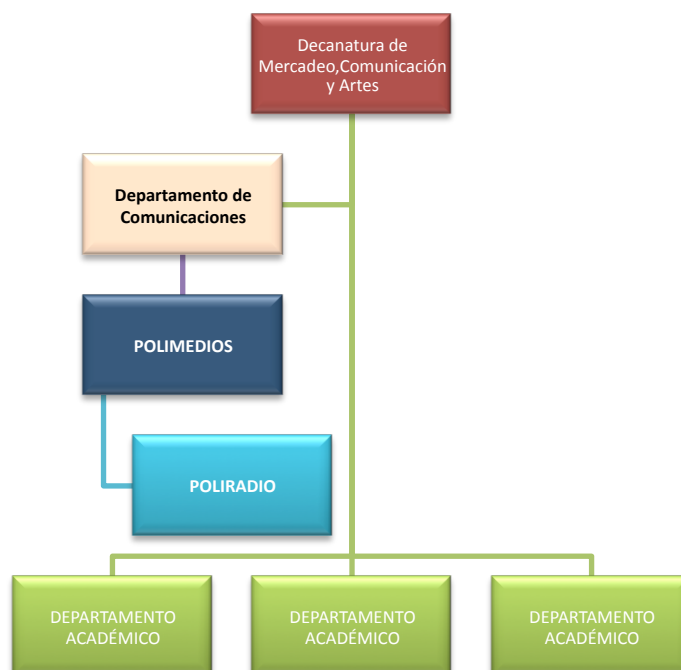
- **Universalidad.** Entendida desde la concepción de brindar educación universal o integral, no sólo para disciplinas o profesiones, sino para construir proyectos de vida con sentido, con un gran conocimiento del ser humano, de la persona en sí misma, de la historia, de la familia, de la naturaleza, del entorno, de la sociedad, del mundo en proceso de globalización y de la cultura en general.

¹²² Anexo A-EST-10

- **Integridad.** Al concebir la educación como un proyecto social y cultural en un sistema de valores, con un proceso de formación para la autodeterminación del ser humano en libertad; y como uno de los medios indispensables para progresar hacia la igualdad de oportunidades.
- **Equidad.** Por medio de la aplicación de la democracia participativa, basada en los valores que hacen posible la convivencia y la comunicación civilizada, es decir, justicia, tolerancia y respeto por la dignidad y los derechos de las personas.
- **Idoneidad.** A través de la reflexión concertada entre todos los representantes de su comunidad, con base en los criterios de libertad académica, (investigación, aprendizaje y cátedra), dentro del respeto a la Constitución, la Ley, la ética y el rigor científico, y sobre la base del equilibrio entre su autonomía institucional y su responsabilidad civil.
- **Responsabilidad.** Sobre el compromiso de mantener la integración de su comunidad universitaria como un conjunto de individuos que, al interactuar y compartir sus conocimientos, habilidades, destrezas, aptitudes y actitudes, crecen en su autonomía y generan un ambiente de experiencias centrados en la ciencia y la cultura.
- **Coherencia.** Con el cumplimiento de las funciones sustantivas de docencia, investigación y proyección social que como Institución de Educación Superior le confiere la Ley y que adopta desde su postura misional.
- **Pertinencia.** Con el cumplimiento de los principios consignados en su Misión como respuesta a las necesidades internas y externas del país; y en consecuencia, como Institución de Educación Superior atenta a la realidad del sector empresarial público, privado, y de carácter social o comunitario, con mente abierta hacia el porvenir y al progreso socioeconómico y cultural de Colombia.
- **Eficacia.** Por medio de un servicio educativo que trasciende la transmisión del conocimiento, forma profesionales para el saber y el hacer, y con competencias para saber emprender.
- **Cobertura.** Educación superior en el ámbito nacional e internacional, eliminando las barreras de distancia, conectividad e infraestructura y con alta capacidad de crecimiento.

- **Accesibilidad.** Educación de alta calidad que permita la incorporación de grupos sociales generalmente excluidos de la educación superior, ofreciendo diferentes modalidades de formación, presencial y virtual, a precios justos.

PoliRadio es una emisora on-line que emite por Internet, perteneciente a la unidad Polimedios¹²³, **adscrita** al a **Facultad de Mercadeo, Comunicación y Artes**, y “nace de la necesidad de crear un espacio de práctica para los estudiantes no solo de la Facultad de Medios sino de la comunidad académica en general. Esta debe estar concebida como un ejercicio académico y netamente práctico, que responda a las necesidades de la academia y el alumnado. En ella se debe desarrollar una filosofía clara y proporcional a la demanda de la institución”. En cuanto a la **finación**, depende de la Facultad de Mercadeo, Comunicación y Artes.



Fuente: Poliradio

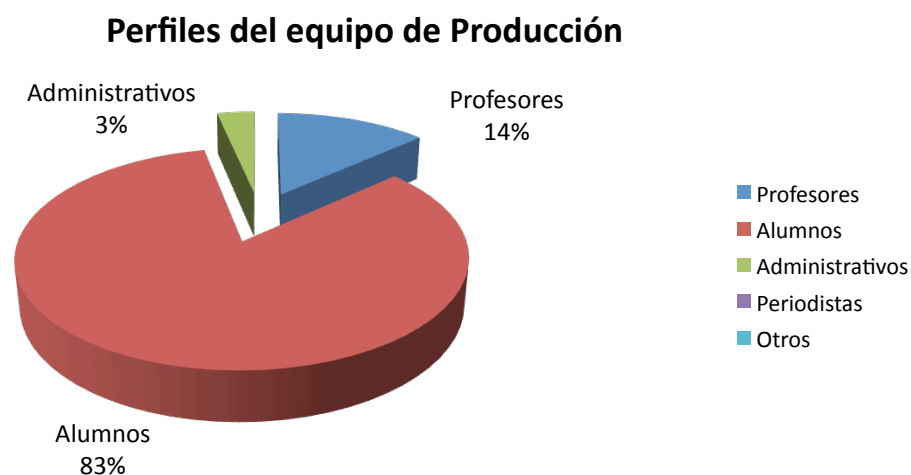
El objetivo de Poliradio es brindar un espacio de comunicación para toda la comunidad universitaria, como un escenario de expresión sin fronteras que difunda la cultura, apoye a la academia y refleje la identidad institucional, tanto al interior de la Universidad como al exterior de ella.

¹²³ <http://www.poli.edu.co/polimedios/sonido.html> Fecha de consulta 22 de julio de 2014

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad Politécnico Grancolombiano		Privada	Regional	1	No Aplica
Adscripción	Mercadeo Comunicación y Artes	Rector		Unidad	Polimedios
Director Radio	Álvaro Enrique Rodríguez Hernández				
Nombre Emisora	Poliradio				
Presupuesto	Interno				
Objetivo	Formación				

9.1.10.2. Productiva

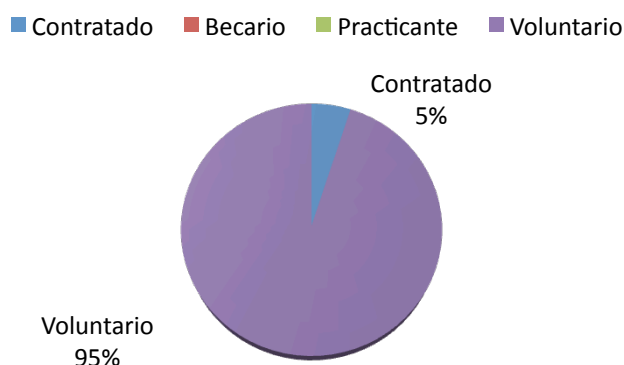
La emisora de radio está conformada¹²⁴ por 60 personas, de las cuales el 83% son alumnos, el 14% profesores y el 3% administrativos.



De ellos, el 95% son voluntarios y el 5% contratados.

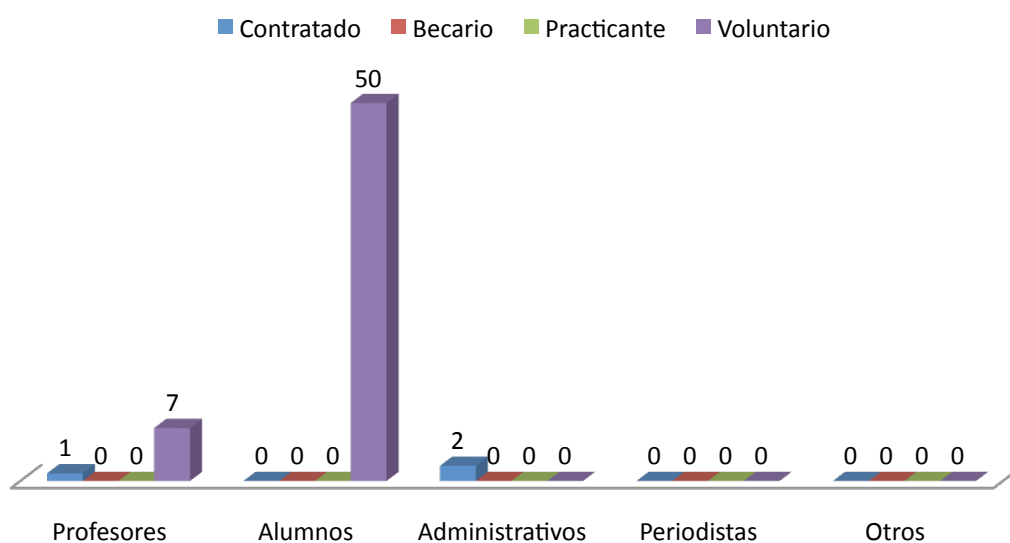
¹²⁴ Anexo A-PROT-10

Tipo de Relación



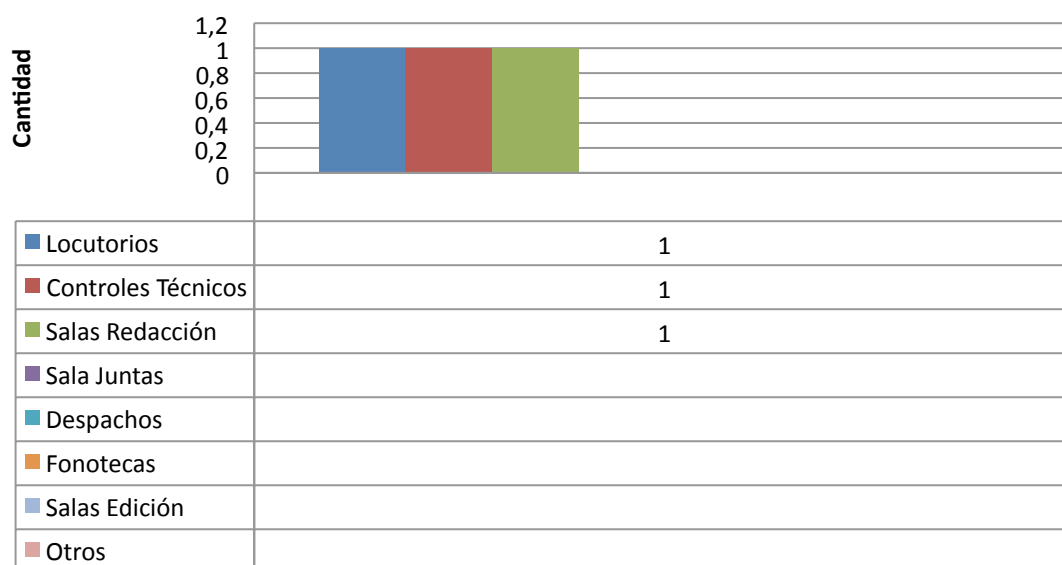
En cuanto al tipo de relación por perfil, entre los profesores uno tienen una asignación laboral para la dirección de la emisora, mientras que 7 colaboran de forma voluntaria. Por parte de los administrativos, todos son contratados. Por parte de los alumnos, la totalidad participan de forma voluntaria. Si bien es cierto, hay una articulación entre las asignaturas de radio y de medios audiovisuales.

Relación por Perfil



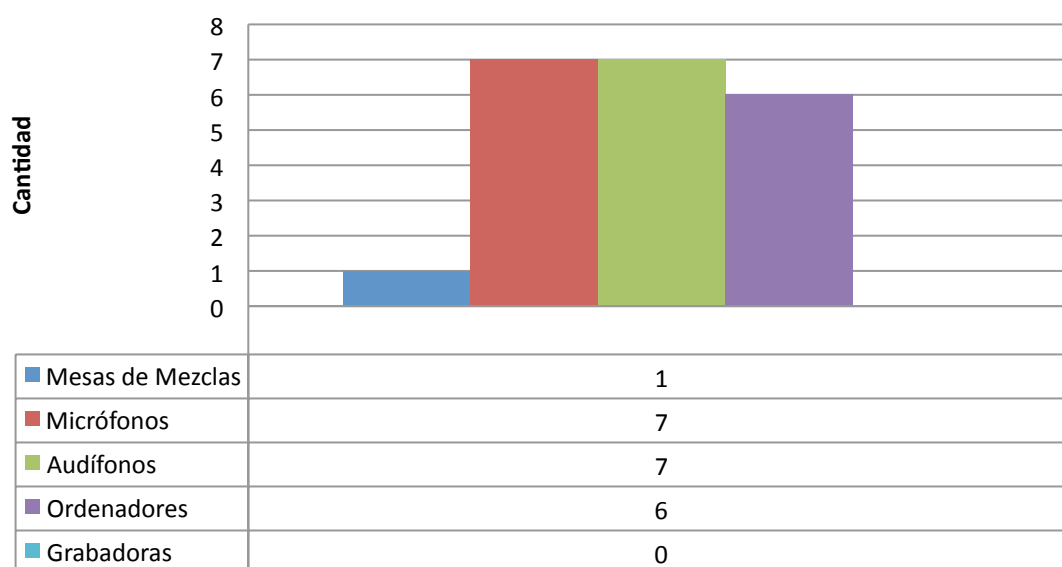
En cuanto a los espacios de producción, Poliradio cuenta con un estudio integrado entre la parte técnica y de locución.

Espacios de Producción



En cuanto a los elementos de producción y postproducción:

Elementos de Producción



9.1.10.3. Programación y Contenidos

Las producciones de POLIRADIO cubren servicios institucionales, servicios informativos, servicios académicos y científicos y servicios de cultura y entretenimiento. Los programas manejan temporadas de 16 semanas y se produce una oferta alterna en los periodos intersemestrales. En la estructura de programación

conviven contenidos fijos, que se renuevan semestre a semestre, con otros programas de periodicidad fija. En términos generales se maneja una programación entre semana, tipo mosaico, con una programación por bloques de fin de semana. Los contenidos que se emiten de lunes a viernes son de producción (hablados, de contenido elaborado) entrelazada con espacios musicales tipo listas; mientras que la de fin de semana es únicamente listas de reproducción.¹²⁵

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
-	Sí	Sí	Sí	Semestral	Sí	Sí

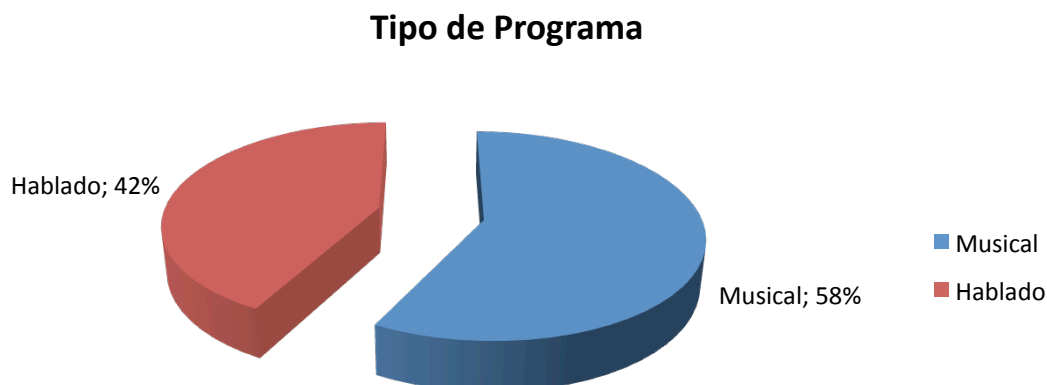
En cuanto a los contenidos, los programas fijos se centran en los siguientes temas:

- **Arriba Rating.** Espacio del programa académico de publicidad y mercadeo. Es manejado por docentes y estudiantes de dicho programa y se centra en las temáticas propias de su disciplina.
- **Politizate.** Espacio del programa de ciencias políticas. Es producido por docentes y estudiantes de dicho programa y se centra en las temáticas propias de su disciplina.
- **Emprende.** Espacio del departamento de emprendimiento de la universidad, realizado por docentes, estudiantes e invitados externos en donde se trata el tema del emprendimiento desde diferentes puntos de vista.
- **La Bitácora.** Programa de opinión e información que se centra en los hechos de actualidad que desarrollan durante la semana.
- **Primero las damas.** Programa de variedades que trata diferentes temáticas desde la óptica femenina
- **La Sala.** Programa de entrevistas que cuenta con personajes de diferentes perfiles y crónicas
- **Vox Poli.** Informativo de temas externos a la Universidad
- **Al Día con el Poli.** Informativo de temas institucionales
- **Radio Francia Internacional.** Convenio.
- **Microprogramas.** Programas de temas variados de corta duración
- **Music Lin.** Franjas musicales de artistas Anglo

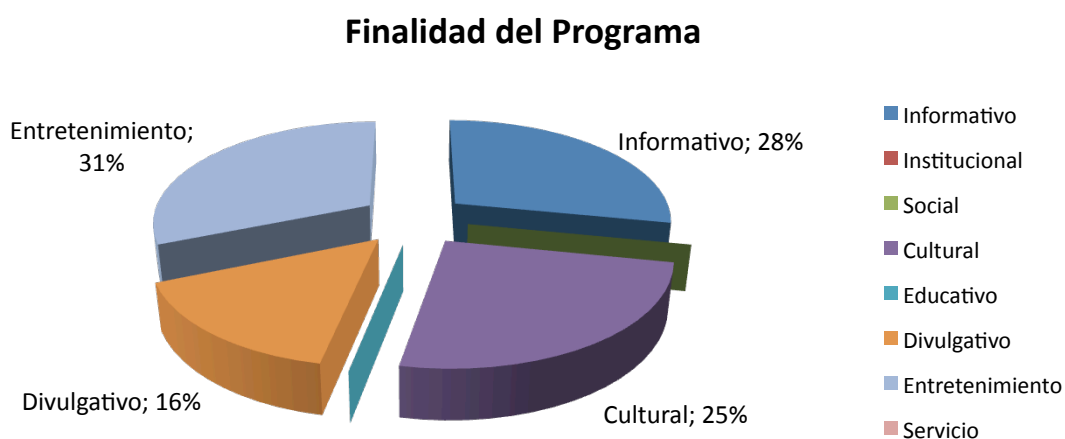
¹²⁵ Anexo A-PROG-13

- **Migrantes sonoros.** Programa de la RED DE RADIO UNIVERSITARIA
- **Especiales Poliradio.** Reportajes de temas variados
- **Arte y Estilo.** Programas Magazín de corte cultura
- **Sonidos sin límites.** Programa de música e historias referentes a la música que se utiliza
- **Culturama.** Revista cultural
- **Hablemos de sexo. Espacio** del programa académico de psicología que trata temas sexuales desde esta disciplina.
- **Short music for short people.** Programa especializado en este tipo de música
- **Songs and movies.** Historias de cine y bandas sonoras
- **Poliradio R&B.** Franja de música R&B
- **El Toque.** Radio Nederland. Programa de Radio Nederland
- **Panorama.** Magazín de variedades
- **Un Ratito con Juan Carlos.** Revista de entretenimiento cultural
- **Héroes.** Magazín de jóvenes para jóvenes con diversos temas de entretenimiento y cultura
- **Verdades como pianos.** Música y poesía
- **Lado B.** Canciones inéditas de artistas reconocidos
- **Poliradio Latino.** Franja musical de artistas latinos
- **Charts.** Listados musicales del mundo
- **Versus.** Enfrentamientos de género desde distintos temas
- **Lo Negro.** Programa de exaltación de la cultura afrodescendiente
- **Noches de película.** Programa sobre cine
- **Poliradio Rock.** Franja de música rock
- **Puntos suspensivos.** Magazín de variedades
- **Electro Movimiento.** Franja de música electrónica
- **Signos.** Programa de semiología
- **Poliradio Retro.** Franja de música retro
- **Punto Aparte.** Programa deportivo
- **Happy Weekend.** Programa sobre planes de fin de semana
- **La Bulla.** Programa de música salsa
- **Linkeados.** Agenda cultural
- **Culturclan.** Investigación de temas culturales
- **Poliradio Electrónico.** Franja de música electrónica

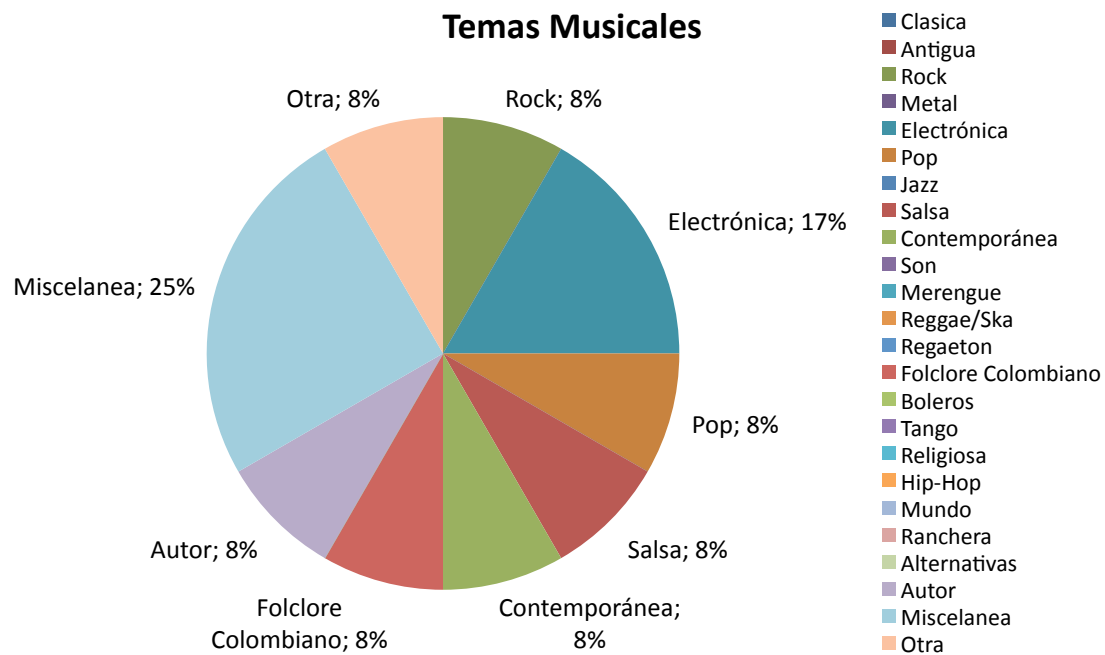
La programación de Poliradio se compone de un 42% de espacio hablados y de un 58% musicales.



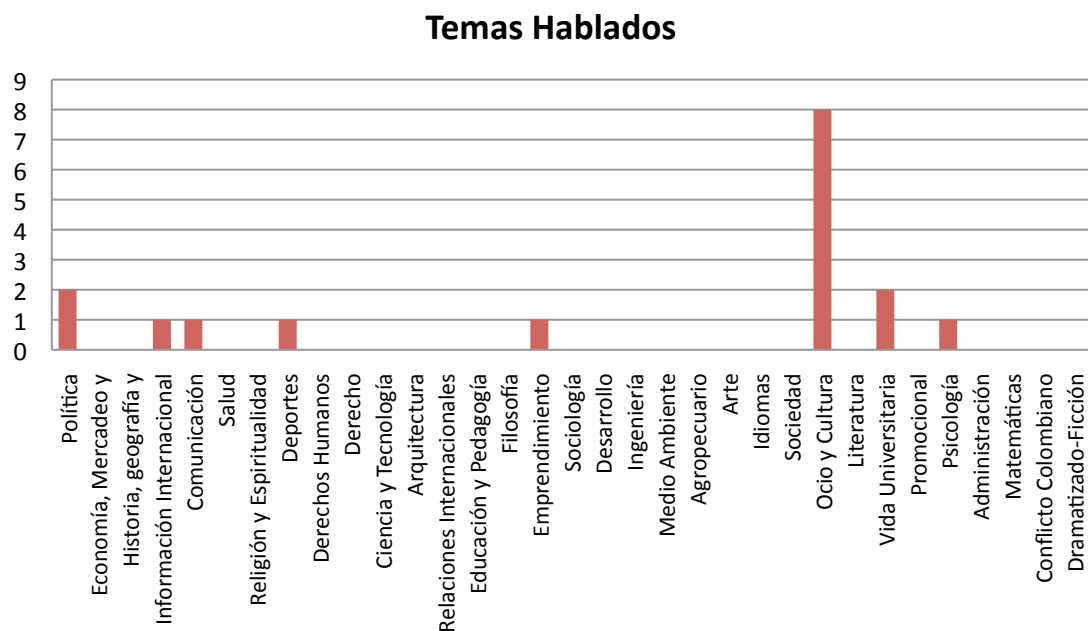
En cuanto a la finalidad de los programas, el 31% tiene un objetivo de entretenimiento, el 28% informativo, el 25% cultural y el 16% divulgativo.



Los géneros y estilos musicales que programa Poliradio en su emisora están conformados por un 25% mediante listas crossover, 17% electrónica y, con un 8% cada una, Rock, Pop, Música Colombiana, R&B, Salsa y otros estilos.



En cuanto a los contenidos de los programas hablados, destacan los que tratan temas de cultura y ocio. Le siguen los programas centrados en los acontecimientos de la institución universitaria. También encontramos programas realizados por programas de política, psicología o semiología, o por la oficina de emprendimiento de la universidad. A través de la emisora se emiten programas de convenios de colaboración con instituciones como la Red de Radios Universitarias de Colombia y Radio Nederland.



9.1.10.4. Distribución

PoliRadio¹²⁶ es una emisora por Internet, con lo que no requiere licencia de emisión. Transmite a través de la página web <http://poliradio.poligran.edu.co>. Emite a una bitrate de 128Mbps en formato MP3, por medio de un servidor propio de la universidad. Tiene perfil en redes sociales: Facebook <https://www.facebook.com/emisorapoli?fref=ts> y Twitter @emisorapoli. Tiene servicio de podcast y web cam.

Internet									
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web
Bitrate	Codificación	RadioLogic	Propio	Externo		Sí Soundcloud	Facebook Twitter		Sí
128 Mbps	MP3		X						
									No

9.1.10.5. Difusión

A partir del análisis de los contenidos, de la estructura de producción y de distribución, se puede afirmar que el Público Objetivo de PoliRadio está conformado por la comunidad universitaria, en concreto del Politécnico Gran Colombiano. Adulto joven que cursa estudios en la institución de educación superior, en cualquiera de las sedes y programas (presenciales o virtuales), así como docentes y personal de administración y servicios. No olvidemos que uno de los objetivos es ofrecer un servicio de formación y de identidad institucional.

La audiencia puede estar fragmentada y consumir alguno de los productos bajo demanda a través de los Podcast. En este caso, pueden ser adultos de mediana edad (sobre todo en lo referente a algunos programas de corte académico e institucional de las facultades), pero el grueso, en la medida que la música tiene un corte más juvenil y es el hilo conductor entre los diferentes programas, está integrado por jóvenes.

¹²⁶ Anexo A-PROT-10

9.1.11. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Tunja: UPTC Radio

Fechas de análisis: 9 de diciembre de 2013

Según el Plan Maestro de Desarrollo, “la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, UPTC, es un ente universitario autónomo, de carácter nacional, estatal y público, democrático, de régimen especial, vinculado al Ministerio de Educación Nacional en lo referente a las políticas y la planeación del sector educativo, con sedes seccionales en Duitama, Sogamoso y Chiquinquirá, y con domicilio en Tunja. La Universidad, sustentada en el pensamiento pedagógico y tecnológico, y en razón de su carácter público y nacional, tiene como misión la transformación y desarrollo de la sociedad colombiana, mediante la formación integral del ser humano, en la que los valores éticos, los valores de la cultura y las bondades de la ciencia y la técnica, sean los pilares de su proyección histórica y el objeto de la construcción del conocimiento. En su función social se compromete con el ofrecimiento de programas formales profesionales y disciplinares, en los niveles de pregrado, postgrado y de formación permanente, que hacen efectivos los derechos humanos individuales, colectivos y culturales pertinentes para el desarrollo económico y ecológico de la nación, y la permanente observación de los adelantos tecnológicos y su asimilación prioritaria para la consolidación de una sociedad con bienestar y desarrollo social. En su carácter público estatal, autónomo y democrático, la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, en el 2019, será una de las mejores Universidades del país, con proyección internacional e identidad latinoamericana. Desde la pedagogía y la investigación, en los diferentes niveles de educación superior, en los campos de las ciencias, la cultura, el arte, la técnica, la tecnología y las humanidades, formará profesionales, competentes, innovadores, pensadores críticos, con responsabilidad social, solidarios y promotores de convivencia. La Universidad estará reconocida institucionalmente en el ámbito nacional e internacional, por sus actividades de docencia, investigación y de extensión de alta calidad, excelencia académica y pertinencia social. Como institución de educación superior, se constituirá en un referente obligado para la solución de los problemas del país y del desarrollo regional, vinculada a la construcción de un proyecto de nación con identidad, equidad y justicia social.

Los fines de la UPTC son cuestionar y controvertir el conocimiento ya adquirido, formular nuevas hipótesis, construir nuevo conocimiento y transmitirlo a las nuevas

generaciones; formar ciudadanos y profesionales íntegros, estudiar y criticar las fallas y problemas de la sociedad y el Estado, proponer soluciones y servir de guía a la Nación. En este sentido, la visión de la Universidad se incorporará en los Planes Estratégicos de Desarrollo, y en ellos se propenderá por la concreción de las siguientes acciones:

- El fortalecimiento de la actividad formativa, investigativa y de proyección social, para lo cual dedicará su empeño y adecuará organizaciones y servicios.
- La fundamentación de la racionalidad del saber en el orden económico, productivo y en el saber argumentativo; en la construcción del conocimiento, la realización de la democracia y el fomento de los valores de la cultura.
- La proyección a la sociedad en la formación de ciudadanos conscientes de sus responsabilidades para el ordenamiento social y la realización personal, y en la calidad de los profesionales en las respectivas formas del saber y del hacer.
- La potenciación de las competencias discursivas y la adquisición de valores, exigidos por la sociedad contemporánea, como condición prioritaria para el aprendizaje de las actividades intelectuales básicas, por medio de la lectura y escritura rigurosa, para incrementar los horizontes de la interpretación del mundo, poner en perspectivas las formas sociales imperantes, desarrollar la capacidad argumentativa y orientar, críticamente, las acciones.
- La fundamentación de los saberes que repercutan en la sociedad, sustentados en el diseño racional, la diagramación eficiente y la programación estratégica, de manera que brinden capacitación en la acción instrumental requerida para alcanzar el bienestar en la sociedad moderna, dentro del contexto de la formación humana, la justicia social y el desarrollo sostenible.
- La consolidación de las comunidades académicas y científicas que se integren alrededor de las diferentes ciencias y disciplinas”.¹²⁷

9.1.11.1. Variable Empresarial y Organizativa

La UPTC se estructura organizativamente de la siguiente manera: **Consejo Superior; Rectoría** (Secretaría General, Control y Evaluación de Gestión Universitaria; Oficina Jurídica, Of. Disciplinaria, Of. Interventoría, Of. Planeación, Unisalud, Of. Comunicación); **Vicerrectoría Académica** (Facultades, Dirección de Investigación, Dirección de Extensión Universitaria, Unidad de Apoyo Académico, Unidad de

¹²⁷ Anexo A-EST-11

Relaciones Externas y Convenios); **Dirección Administrativa y Financiera; Unidad de Política Social.**

La emisora de la universidad, **UPTC Radio**, está adscrita a la Oficina de Comunicaciones, que a su vez forma parte de la Rectoría. Es una emisora de Interés Público que emite a través de la Frecuencia Modulada 104.1 MHz.

La misión de UPTC Radio es “elaborar y difundir una variada programación recreativa, educativa e informativa de calidad, con carácter pluralista y universal, coherente con la filosofía y los principios de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, que favorezca el desarrollo integral de la comunidad de su influencia y sea un laboratorio de creatividad, abierto a la interrelación de los diferentes estamentos y a su participación activa, en un marco de claro respeto mutuo; que, así mismo, despierte y fortalezca nuestra identidad institucional, local, regional y nacional”¹²⁸

La emisora busca, a partir del concepto de universalidad, en cuanto al conocimiento y la educación, convertirse en un puente entre la institución y la sociedad en aras de mejorar su calidad de vida a partir de la idea de comunicación para el desarrollo. Hay que destacar que UPTC se encuentra en un contexto en el que durante 40 años, los procesos de alfabetización y educación no formal se dieron gracias a la emisora Radio Sutatenza¹²⁹.

UPTC Radio se organiza de la siguiente forma¹³⁰: **Oficina de Comunicaciones, Dirección Emisora** (Realizadores), **Secretaría, Área Informativa** (periodistas), **Área Técnica** (controladores, grabación, emisión, grabación y emisión fin de semana), **Mantenimiento.**

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia		Público	Nacional	1	Interés Público
Adscripción	Rectoría	Rector	Ramsés Vargas Lamadrid	Unidad	Oficina de Comunicaciones
Director Radio	Nancy Buenahora – Directora UPTC Radio				

¹²⁸ http://www.uptc.edu.co/uptcradio/aspectos_misionales/ Fecha de consulta 10/7/2014

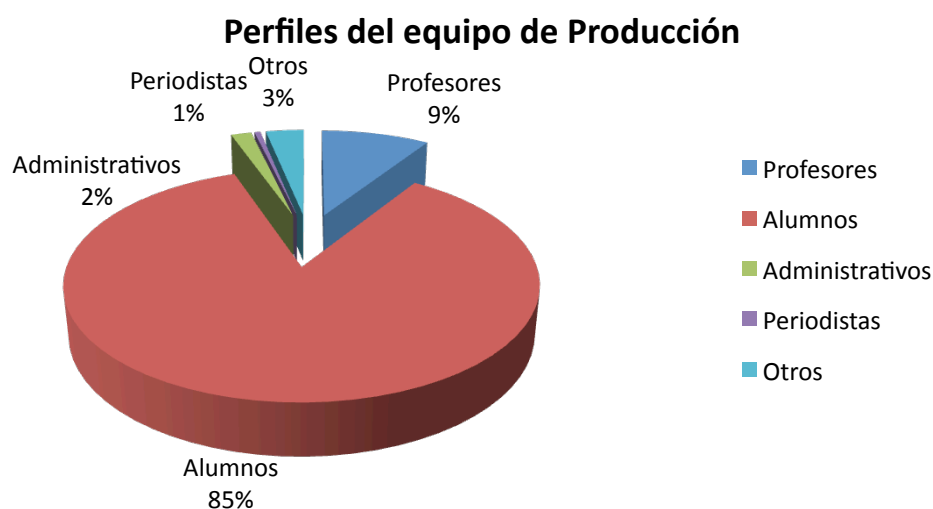
¹²⁹ Anexo A-ENTR-16

¹³⁰ Anexo ORG-10

Nombre Emisora	UPTC Radio
Presupuesto	Financiación Institucional (en proceso de análisis en centro de costo)
Objetivo	Extensión – Divulgativa

9.1.11.2. Productiva

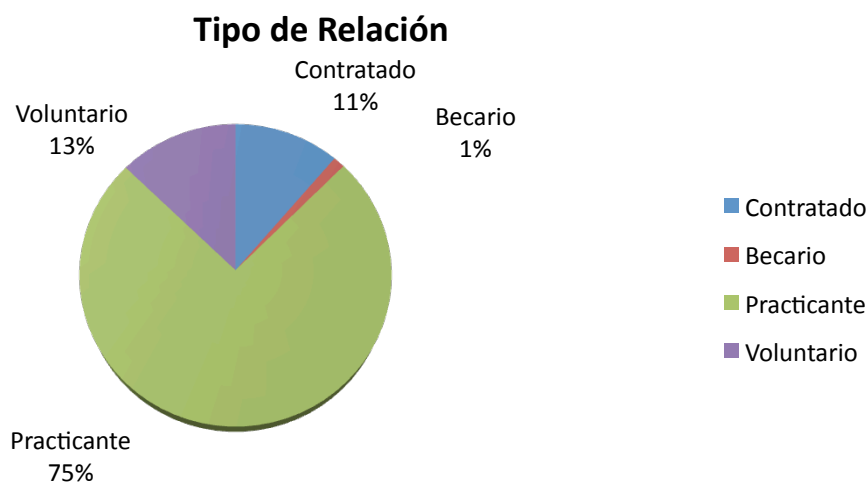
UPTC Radio está integrada por **405 personas**¹³¹, de las cuales, el **85%** son **alumnos**, el **9%** **profesores**, el **3%** **realizadores externos**, el **2%** **administrativos** y el **1%** **periodistas**.



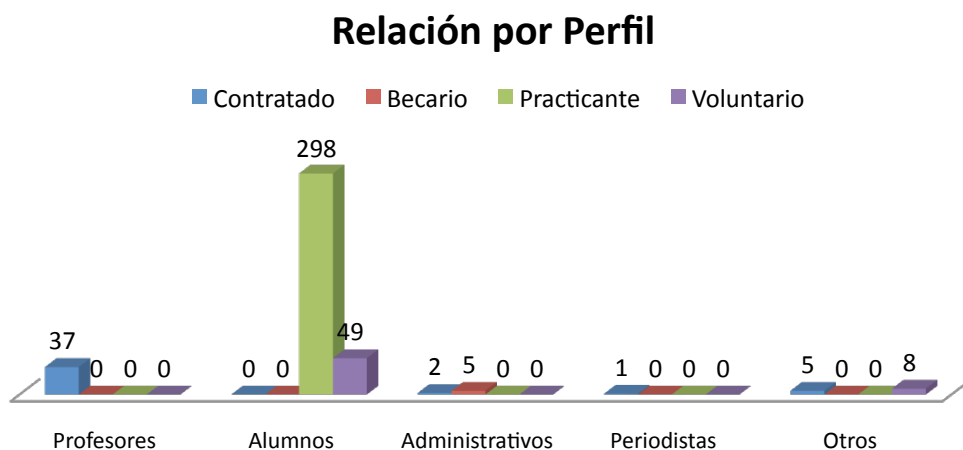
Podemos apreciar que cuenta con un gran cuerpo productivo. UPTC Radio tiene integrado en las estructuras de producción de contenidos los diferentes programas académicos de la universidad. Para algunos programas, como por ejemplo veterinaria, Psicopedagogía y Preescolar, para graduarse los alumnos han tenido que realizar prácticas en la emisora.

En cuanto al tipo de relación que mantienen con la emisora, vemos que el **75%** de los integrantes son **practicantes**; el **13%** **voluntarios**; el 11% contratados y el 1% becarios.

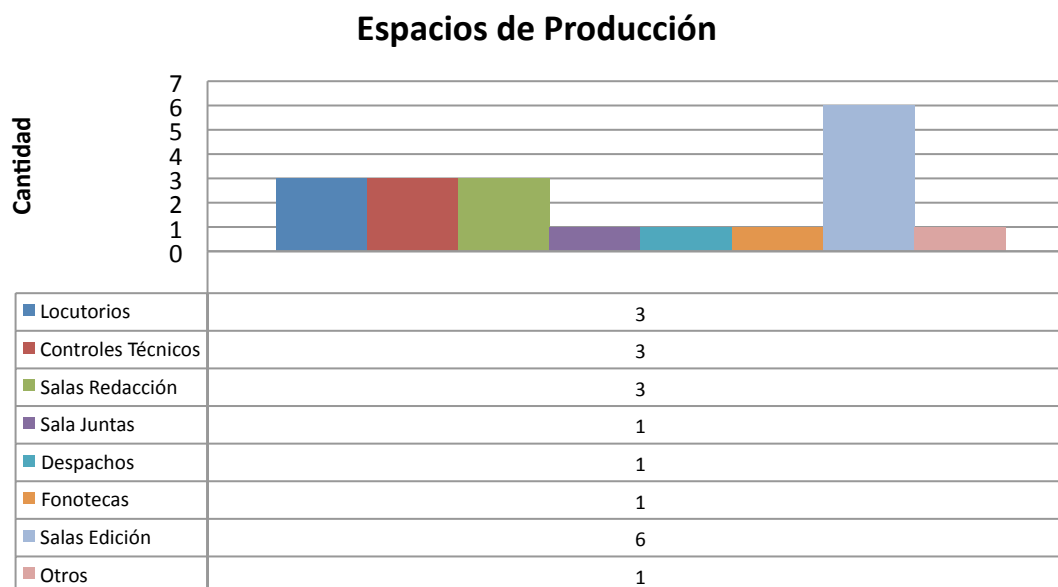
¹³¹ Anexo A-PROT-11



Ahora, esa relación a partir de los diferentes perfiles, se configura de la siguiente forma: de los profesores, la totalidad son contratados por la universidad. Si bien no mantienen una relación laboral con la radio, los docentes, por su participación en la emisora, asignan dentro del plan de actividades un determinado número de horas. De los alumnos, 298 son practicantes y 49 son voluntarios. De los administrativos, 2 son contratados y 5 son becarios. En cuanto al periodista, es contratado. Entre los tipificados como otros, 5 son contratados y 8 voluntarios.



En lo referente a los espacios dedicados a la emisora de radio, podemos ver que UPTC Radio cuenta con tres locutorios, tres controles técnicos, tres sala de redacción, una sala de juntas, un despacho, una fonoteca y seis salas de edición. Por tanto, es una emisora que cuenta con suficientes recursos para hacer una programación tan completa y con tanto personal.



9.1.11.3. Programación y Contenidos

UPTC cuenta con una programación de diario y una de fin de semana, estructurada mediante franjas semanales, y de fin de semana, con bloques programáticos. Las franjas tiene mayor continuidad que los bloques. Si bien se suele mantener la programación a lo largo del tiempo, se ve afectada por los periodos académicos.

Desde la última estructuración de la emisora¹³², se empezó a trabajar de forma tácita con un “comité” conformado por la dirección de la emisora y la dirección de la Oficina de Comunicaciones. No existen convenios de colaboración, más allá de lo que implique la RRUC, con radios internacionales. Esto se debe, en gran medida, a la gran cantidad de programas propios que produce UPTC Radio.

Existen diferentes controles de la programación: desde el manual de estilo formulado por la Red de Radios Universitarias de Colombia, pasando por una inducción que se realiza cada semestre a los alumnos practicantes donde se le ofrece un marco referencial de la actividad radiofónica, hasta monitoreos de emisión.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Informal	Sí	Sí	Sí	Cíclica	No	Sayco - Acimpro

¹³² Anexo A-ENTR-16

Los programas de UPTC Radio son los siguientes¹³³:

Institucionales. El acontecer de la UPTC se transmite en los magazines institucionales. Logros de docentes, estudiantes, funcionarios y egresados en docencia, investigación, extensión se transmiten a la ciudadanía en estos espacios.

- **Desde la U.** La información del quehacer universitario, con espacios dedicados a lo regional y lo nacional con un formato diferente. El programa es un puente entre las diferentes áreas de la universidad en su interior y de comunicación al exterior. Ha recibido en diferentes momentos el nombre de: El reportero “Upetecista”, Agenda Universitaria, entre otros.
- **Formalmente informal.** Espacio de discusión, reflexión y opinión”. Música, debates, opiniones, recuperación de documentos sonoros, propios y ajenos, la memoria de los eventos institucionales, en fin... todo aquello que dentro de la mayor informalidad, pueda formalmente despertar el interés de los oyentes. Ha incluido espacio para la familiarización de la comunidad con proyectos institucionales como la Acreditación Institucional, bajo el nombre de Proyecto Excelencia. La franja ha recibido el nombre de Formalmente Informal.
- **Sábado Joven.** “La mejor edad de la radio”. Ha recibido el nombre de Sábado Joven, Minutos de Rock, pop, rap, música electrónica y temas de interés en el cine, la salud, las letras recomendadas para los jóvenes. Nos habla de una manera desenfadada de aquellos temas que le interesan al joven de hoy, persiguiendo los estilos de vida saludables en los jóvenes, el fomento de hábitos contractivos, la adecuada inversión del tiempo libre, evitar la deserción estudiantil, por causa de malos hábitos, resalta los talentos jóvenes.
- **Día Mayor.** Es un espacio para la reflexión, el debate, lo mejor de todos los géneros de la música, acompañando los temas de coyuntura, divulgación de investigación, notas de salud, una breve portada de la literatura, los eventos de proyección cultural.
- **Ágora Rectoral.** Teniendo en cuenta la naturaleza de la Universidad y las posibilidades del conocimiento, las escuelas y dependencias sostienen semanalmente un espacio en el que a través de la divulgación científica y cultural transmiten información a la comunidad de oyentes de Uptc radio para

¹³³ Anexo A-PROG-13

contribuir al mejoramiento de sus condiciones de vida y su nivel educativo y cultural.

- **Acción Veterinaria.** “Porque el bienestar de los animales contribuye al bienestar del hombre”. Es necesario recordar que el bienestar de los animales contribuye al bienestar del hombre. Docentes y estudiantes de la escuela de medicina veterinaria y zootecnia guiarán sobre el cuidado de sus mascotas, darán consejos para ser más eficientes en la crianza y preservación de las especies pecuarias.
- **Nuevo Amanecer Agropecuario.** “Sembrar conocimiento es sembrar futuro”. La escuela de ingeniería agronómica lo invita a madrugar con la mejor información del sector rural. En este espacio convergen la producción, los precios y mercados, el medio ambiente y los consumidores. La ciencia y el conocimiento al servicio del sector rural.
- **Enlace Agrario.** “Misión empresarial para el campo”. Producido por la Escuela de Ciencias Agropecuarias y Ambientales, Facultad de Estudios a Distancia, FESAD, de la U.P.T.C. Programa que trata temas relacionados con el quehacer académico, cultural, investigación, extensión y demás actividades propiciadas con base en principios y valores éticos y con la acción decidida del equipo humano dinámico e incluyente, mantener y mejorar la calidad del programa.
- **Seres Económicos.** “Teoría, actualidad, historia, noticias el mundo de la economía al alcance de su oído”. Todos nos relacionamos con la economía, yendo más allá del término dinero. Este es un programa realizado por docentes y estudiantes de la escuela de economía, para el conocimiento, la recreación y la información.
- **Prospectiva Empresarial.** “Con las finanzas, la producción, los mercados, la gestión humana y la administración”. Espacio de la escuela de administración de empresas conducido por docentes que profundiza en los temas de emprendimiento bajo el tema del día e informa sobre la actualidad de la escuela.
- **Contrapunto económico.** “El pulso semanal de la economía”. El propósito central es captar todos los matices del cambiante calidoscopio económico, con las impactantes pero efímeras novedades que se dan en el escenario de los hechos y personajes del acontecer económico del país, del departamento y de las principales ciudades de Boyacá.

- **Cuidando con cuidado.** “Porque la enfermería promueva salud desde las comunidades”. Buscan generar impacto en las comunidades dando información sobre la problemática de Salud Pública de la comunidad Boyacense para que la población tome conciencia de la importancia de prevenir la aparición de enfermedades, fomentar la promoción de la salud y los estilos de vida saludables.
- **Laberintos.** “Rutas para una vida mejor”. Busca desde la psicología ofrecer rutas para mejorar la calidad de vida y la salud mental de los boyacenses, ofreciendo herramientas y consejos útiles que puedan ponerse en práctica en nuestra cotidianidad. Relaciones de pareja, estrés, comunicación afectiva, insomnio, ocio, son entre otros los temas que tratamos
- **Cuente con San Rafael.** “Porque nuestra esencia es la vida”. Es un espacio dedicado a la salud, en el cual los médicos especialistas y demás personal de la salud del único Hospital de tercer nivel del departamento hablan sobre las enfermedades que padece la población boyacense, sus diagnósticos y tratamientos. Así mismo, se informa sobre los logros y nuevos servicios institucionales, avances científicos y prácticos consejos de salud.
- **La U es Bienestar.** El propósito fundamental contribuir de forma permanente en la formación integral de la comunidad universitaria (estudiantes, docentes y funcionarios), así mismo, motivar al personal de Bienestar Universitario sobre la importancia de divulgar y promocionar las actividades realizadas por los estudiantes, instructores y coordinadores de cada una de las áreas ya mencionadas, de la Sede Central, Facultad Seccionales Duitama, Sogamoso y Chiquinquirá y transmitir al interior y exterior de la Institución los avances de la UPS.
- **Derecho al Día.** “Un espacio de reflexión jurídico y social “. Un momento de reflexión jurídico y social. Si tiene problemas, si desea conciliar, o si simplemente tiene dudas de tipo legal, el consultorio jurídico y el Centro de Conciliación "Armando Suescun Monroy" de la UPTC lo orienta.
- **Cuestión de Género.** “Acompáñenos en este recorrido por un mundo de feminidades y masculinades”. Este programa de la casa de la mujer encargado de recordar a la ciudadanía la importancia y el respeto de los derechos humanos de la mujer y de otros grupos como lesbianas, gays, bisexuales, travestis LGBT. Ubicación: transversal 9 B No. 29 – 67 Barrio Maldonado.

- **Conectividad Educativa.** “Descubra con nosotros las innovaciones, las herramientas y su aplicación en la vida diaria”. Para que la tecnología no lo atropelle, los últimos adelantos en materia de software, hardware y comunicaciones, de la mano de estudiantes y profesores de la licenciatura en informática y tecnología.
- **Ingeniosos.** “Porque el ingenio creador hace excelentes profesionales”. La facultad de ingeniería preocupada por dar cuenta a la comunidad en los procesos académicos e investigación y extensión que se llevan a cabo en sus diferentes programas académicos sostiene semanalmente un espacio radial por la dirección del profesor Néstor Camargo. Se destacan el espacio: Diálogos, ingeniosos escribiendo, ingeniosos trabajando, ingeniosos le informa, los cerebros de la ingeniería, la humanidad de la ingeniería.
- **Me Gusta en Verde.** “Porque tú decides de qué color quieres tu ciudad”. Ambientalistas de la uptc de programas académicos derecho e ingeniería ambiental invierten esfuerzos en que la comunidad entienda la importancia del verde, traducido en el respeto de los recursos naturales y la vida en las ciudades de una manera sostenible.
- **Frecuencia 11.** “La voz del diseño, un espacio para la investigación, la cultura material y el desarrollo del producto”. La Escuela de Diseño Industrial, UPTC seccional Duitama; el cual tiene como lema: un espacio para la investigación, la cultura material y el desarrollo de producto. Frecuencia once es un escenario para los integrantes del grupo, que tiene como fin divulgar temáticas y reflexiones en torno a la investigación en diseño, espacio de comunicación y de extensión hacia la comunidad de manera integral de las líneas del grupo, manteniendo como perspectivas el avance de tecnologías, metodologías, procesos, productos innovadores que impacten positivamente tanto en el desarrollo empresarial, social, como en el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones objeto de estudio.
- **Francés a su puerta.** “Porque el francés es más que un idioma”. La escuela de lenguas extranjeras promueve el aprendizaje del francés y da a conocer aspectos culturales de los países de esta habla con el fin de generar curiosidad sobre su uso.

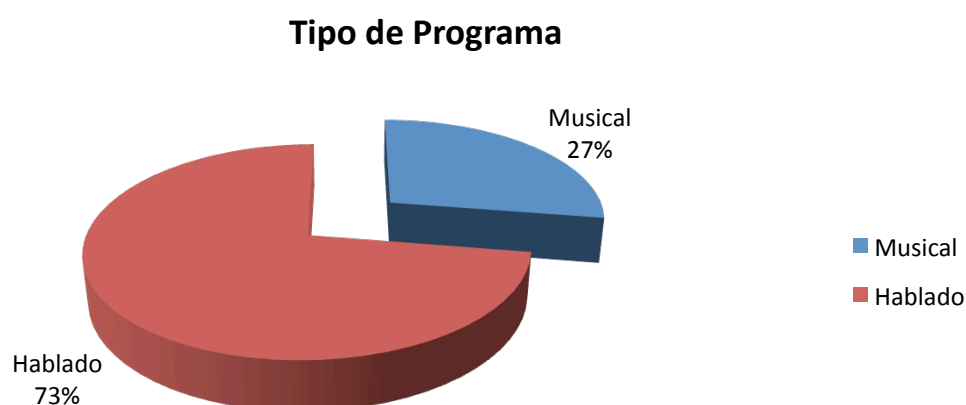
- **Ciudad Sumergida.** La corporación literaria Si Mañana Despierto trae a los poetas locales, nacionales y extranjeros para saludar los sentimientos más nobles y los actos innobles de la humanidad.
- **Omnilingua.** No solo se promover los servicios ofrecidos por el Instituto Internacional de Idiomas, sino también el mostrar a la comunidad los beneficios del manejo de una lengua extranjera, el despertar conciencia en los oyentes sobre la importancia de aprender a comunicarnos en un idioma extranjero de una manera sencilla, amena y efectiva, y el generar espacios que permitan el desarrollo integral del ser humano a través del conocimiento y de la interacción con otras culturas. Todo esto con el ánimo de fortalecer nuestros valores e identidad cultural y a la vez enriquecer nuestras perspectivas partiendo de la diferencia y la pluralidad.
- **Entrelíneas.** Programa institucional de la escuela de psicopedagogía. Tiene como objetivo formar e informar, abordando problemas y proyectos educativos, desde autores pedagógicos y psicológicos; programa de extensión a la comunidad en pro de una mejor sociedad.
- **Zona Escolar.** Es necesario educar la niñez para comprender a la humanidad. Conozca el mundo de sus hijos, la licenciatura en educación preescolar le enseña cómo hacerlo.
- **Programas Infantiles.** El establecimiento de convenios para la transmisión de contenidos, permite a los oyentes de Uptc Radio disfrutar de los contenidos de nuestras radios aliadas, entre quienes se cuentan: Radio Exterior de España y Radio Francia Internacional.
- **El Tren de la Fantasía.** Recorre el dial con el vagón poético de niños para niños. Presentamos el mundo en donde soñamos, creamos, imaginamos y nos divertimos los niños y las niñas. Todo visto a través de nuestros ojos y nuestro corazón.
- **Intercambios culturales Radio Exterior de España.** Con las secciones: prontuario, documentos, entrevista y vanguardia de la ciencia, los oyentes se mantienen al día con lo que ocurre en España, Europa e Iberoamérica, en política, derechos humanos, cultura, literatura, ciencia, medicina y cotidianidad universal.
- **Musicales.** Conocedores de los diversos géneros musicales, son quienes conducen estos espacios. Allí encontrarán nuestros oyentes una presencia

especial de las agrupaciones locales y regionales, que cuentan con nuestra difusión por la naturaleza cultural y el respeto por la diversidad de todos géneros de la música de La FM Universitaria.

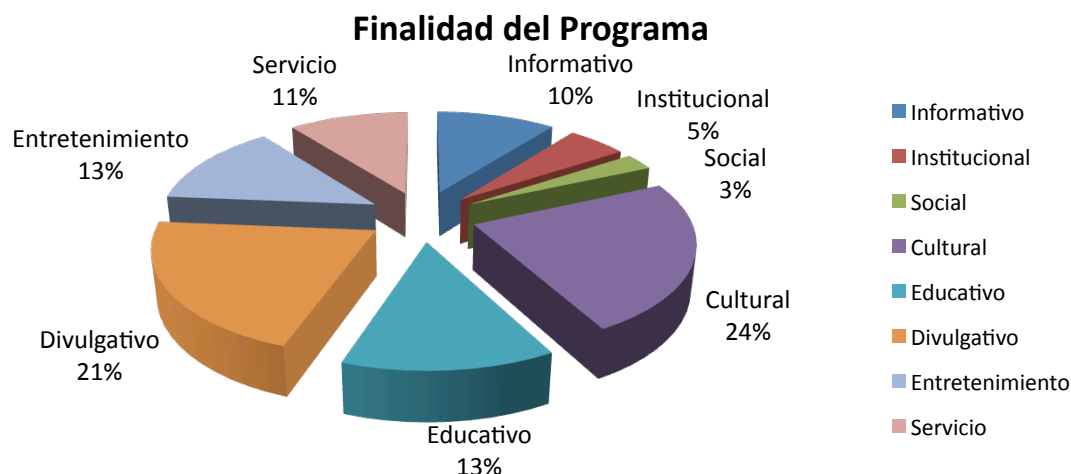
- **Bailables de Siempre.** Un recorrido por la historia de la música tropical para recordar las composiciones e intérpretes de ayer y de hoy que se han convertido en patrimonio de la alegría colombiana.
- **Infesto.** Desde las entrañas místicas del metal: Arte y distorsión. Un espacio para dar a conocer los valores del metal nacional, black, dark, trash y metal.
- **Complot Musical.** Espacio solo para rimas colombianas, batallas líricas con letales lanzas verbales, orgullosos somos de nuestro origen aborigen. Hip Hop colombiano, arte nato llevado en alto.
- **Legado Africano.** Espacio juvenil dedicado a la cultura rasta y la difusión de los ritmos propios y derivados del reggae. Empieza a formar parte de la franja joven para transmitir a todos los oyentes de uptc radio los mejores ritmos y tradiciones musicales del continente africano y las expresiones culturales de sus descendientes en los cuatro rincones del planeta. Basados en el trabajo de muchos personajes africanos y aquellos que pertenecen a la diáspora y orientados bajo el lema – un pueblo sin el conocimiento de su historia origen y cultura es como un árbol sin raíces- marcus garvey- invitamos a toda la comunidad boyacense y del mundo a sintonizar 104.1 fm para que disfrute del mejor reggae roots, soca, calipso, rocksteady, ska, dance hall, blues, jazz, r&b.
- **Música de todos los tiempo.** Un espacio para el comentario, análisis, notación y apreciación de la bella música clásica y sinfónica, constante acervo histórico en la vida de cada generación.
- **Música Mundi.** La cita con la música de los grandes compositores, el espacio que recorre los senderos de la música clásica.
- **Mediatango.** Un encuentro con las principales y diversas características que han conformado el género musical del tango como cultura, arte y poesía. Un espacio impregnado de reflexiones sociales, culturales, políticas e históricas, que se enlazan con la literatura universal, y son armonizadas por la melodía del Tango, sus letras, compositores e intérpretes, lunfardo, movimientos estéticos y de baile, que han surgido desde sus comienzos hasta hoy. Dos horas para compartir a gusto junto a grandes iconos de la música y la literatura.

- **Notas de Amor.** Las palabras más seductoras de la poesía se acompañan del arrullo de las melodías que le cantan al amor, para convertirnos en su mejor compañía.
- **Click Electrónico.** Música electrónica.
- **Estigma.** Los jóvenes y muchos adultos contemporáneos desean un espacio en el que se aborde de una manera neutral la cultura y contracultura existente dentro del universo llamado Rock . Finalmente, queremos recalcar que todos los géneros del rock pueden convivir y Estigma es el ejemplo perfecto pues bajo su signo estarán presentes las culturas que han nacido de la fusión de jazz y blues. Esto con el fin de generar en los jóvenes pertenecientes a tribus urbanas y en el resto de la sociedad tunjana y boyacense, un clima de respeto y tolerancia, al igual que una sana convivencia.

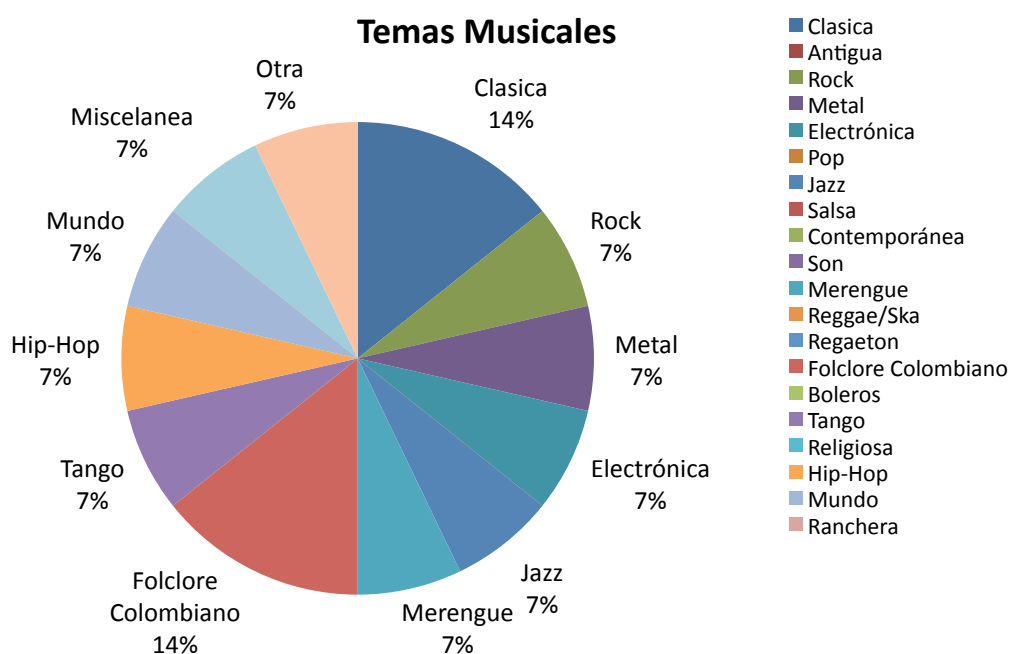
La programación de UPTC Radio está compuesta por un **27% de programas musicales** y un **73% de programas hablados**.



En cuanto a la finalidad de la programación, vemos que el UPTC tiene un peso bien distribuido entre los diferentes objetivos de los espacio. El **24%** son **culturales**, El **21%** **divulgativos**, el **13%** son **educativos** y de **entretenimiento**, respectivamente, el **11%** de **servicio**, el **10%** **informativo**, el **5%** **institucional** y el **3%** **social**.

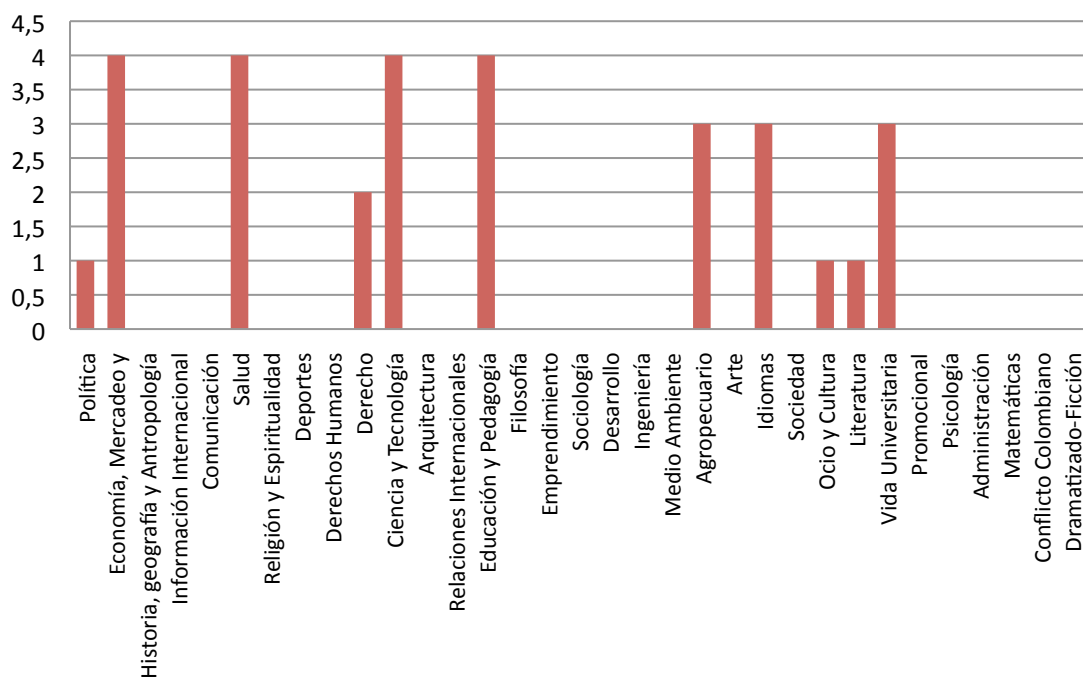


En cuanto a los temas musicales, en la programación de UPTC encontramos una gran variedad de géneros: desde la música Clásica, el Folclore colombiano, el Rock, el Metal, la Electrónica, músicas del mundo, Hip-Hop, Tango, y Crossover.



En cuanto a los temas de los programas hablados, podemos ver que existe un gran número de contenidos sobre salud, ciencia y tecnología, educación y pedagogía, economía, derecho, agropecuario, idiomas y vida universitaria.

Temas Hablados



9.1.11.4. Distribución

UPTC Radio¹³⁴ es una emisora con licencia de emisión de Interés Público, que emite por Frecuencia Modulada 104.1 Mhz, a una potencia de 5Km. Su categoría de cubrimiento es Zonal Restringido clase C. De forma paralela retransmite su señal analógica por Internet, a través de la página web <http://www.uptc.edu.co/uptcradio/index.html>. Su desarrollo web es incipiente y limitado. En el espacio que tiene dentro del portal de la universidad, hace una pequeña descripción de programas, presentación donde explica su misión y visión, exposición del manual de estilo y el reproductor para escuchar la emisora. No cuenta con podcast ni aplicaciones para dispositivos móviles. Tiene perfil en Twitter @uptcradio

Radio Frecuencia								
Licencia	Frecuencia	Emisor	Antena	Categoría de Cubrimiento			Área geográfica de Cubrimiento	Satélite
Interés Público	104. 1 F.M.	Potencia	Altura	Zonal	Zonal Restringido	Local Restringido	Tunja, Cucaita, Oicatá, Motavita, Sora, Paipa, Sotaquirá, Soracá, Tuta, Boyacá, Combita, y parcialmente Duitama, Sogamoso	No
		5 KW	3191 Mts		X			

¹³⁴ Anexo A-PROT-11

Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación	Shoutcast	Propio	Externo	Winamp Windows Media Player Real Audio	No	Twitter	No	No	No
	MP3		X							

9.1.11.5. Difusión

A partir de la estructura de contenidos, de los contenidos de los programas y de la estructura de producción de UPTC Radio, podríamos deducir que nos encontramos ante la configuración de un Público objetivo heterogéneo en sus modos, pero universal en su identidad. El hecho de que la programación se estructure en franjas semanales (franja de contenidos de institucionales y vida universitaria; de salud; de economía, de derecho, de ciencia y tecnología, educación y pedagogía, etc.), y todo unido por contenidos musicales, puede hacer que conviven diferentes perfiles: estudiantes, profesores, personal de administración y servicios de la propia universidad, con gente afín externa a la institución: colectivos sociales minoritarios, adultos mayores, audiencia infantil, sector agrícola, etc.

9.1.12. Universidad Industrial de Santander: UIS AM y UIS FM

Fechas de análisis: 17 de marzo de 2014

La Universidad Industrial de Santander se inaugura académicamente en marzo de 1948 con la Facultad de Ingeniería Industrial. Esa universidad vino motivada por la tendencia de industrializar el país durante los años 40, por lo que su misión fue “*la enseñanza técnica profesional en la ramas de ingeniería industrial, acordes con las necesidades del país y las exigencias y conquistas de la industria nacional.*”¹³⁵ Tendencia que se venía trabajando desde la década anterior con la creación del Ministerio de Industria.

La Universidad Industrial de Santander (UIS) es una institución de carácter público que tiene como propósito “la formación de personas de alta calidad ética, política y profesional; la generación y adecuación de conocimientos; la conservación y reinterpretación de la cultura y la participación activa liderando procesos de cambio por el progreso y mejor calidad de vida de la comunidad. Orientan su misión los principios democráticos, la reflexión crítica, el ejercicio libre de la cátedra, el trabajo interdisciplinario y la relación con el mundo externo. Sustenta su trabajo en las cualidades humanas de las personas que la integran, en la capacidad laboral de sus empleados, en la excelencia académica de sus profesores y en el compromiso de la comunidad universitaria con los propósitos institucionales y la construcción de una cultura de vida”¹³⁶.

En la actualidad, la UIS cuenta con cinco facultades: Ciencias, Ciencias Humanas, Ingenierías Fisicomecánicas, Ingenierías Fisioquímicas y Facultad de Salud. Oferta más de 30 estudios de pregrado, más de 20 especializaciones, 9 especializaciones médico-quirúrgicas, más de 30 maestrías y 5 doctorados. También ofrece estudios en modalidad a distancia. Estudios tecnológicos y profesionales.

9.1.12.1. Variable Empresarial y Organizativa

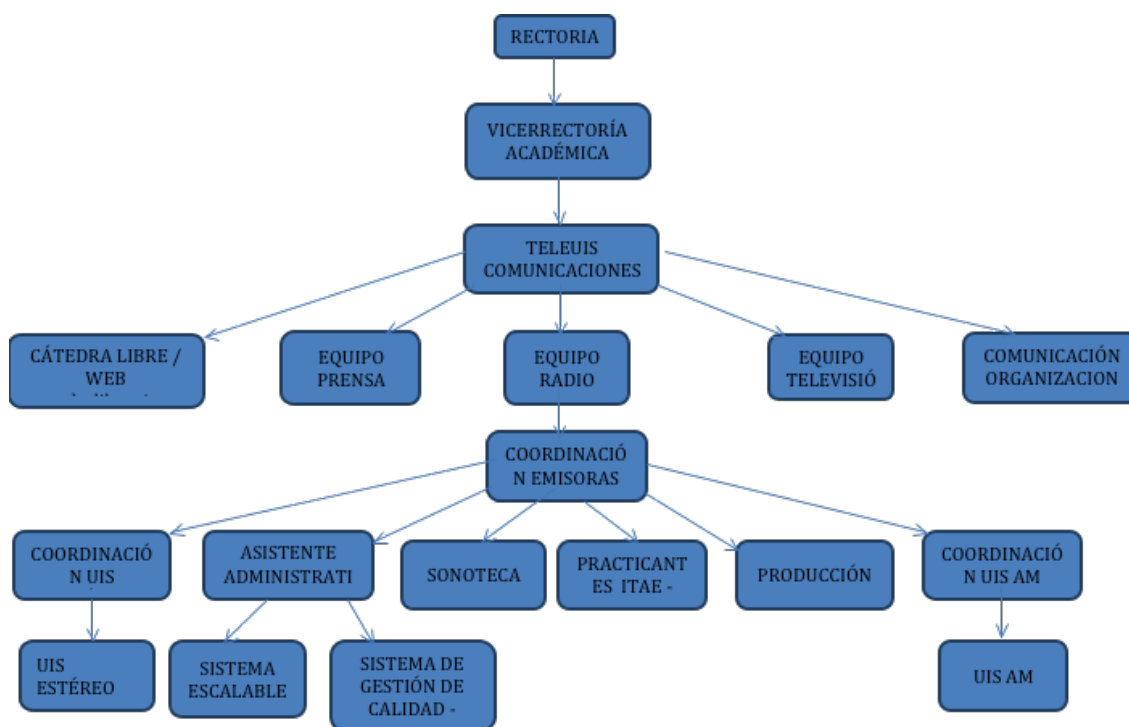
La estructura organizacional de la UIS es la siguiente: **Consejo Superior; Rectoría** (Consejo Académico, Planeación, Dirección de Control Interno y Evaluación de Gestión, Oficina de Control Interno Disciplinario, Dirección de Contratación y

¹³⁵ Anexo A-EST-12, página 3.

¹³⁶ Anexo A-EST-12

Proyectos de Inversión, Relaciones Exteriores y Secretaría General); **Vicerrectoría de Investigación y Extensión** (Consejo de Investigación y Extensión, Dirección de Transferencia de Conocimiento, Dirección de Investigación y Extensión de las Facultades y Coordinación de Programas y Proyectos); **Vicerrectoría Académica** (Dirección de Posgrados, Dirección Cultural, Dirección de Admisiones y Registro Académico, Coordinación Calidad Académica, TELEUIS, Biblioteca y CEDEUIS); **Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia**; **Decanato de Facultad de Ciencias**; **Decanato de Facultad de Ingenierías Fisicomecánicas**; **Decanato de Facultad de Ingenierías Fisicoquímicas**; **Decanato de Facultad de Ciencias Humanas**; **Decanato de Facultad de Salud**; y **Vicerrectoría Administrativa**.

Las **emisoras** de la UIS, Grupo Radio UIS, están adscritas a **TELEUIS**, dependientes de la **Vicerrectoría Académica**. La estructura organizativa¹³⁷ de la cadena de radios es:



Fuente UIS

¹³⁷ Anexo A-ORG-11

UIS cuenta, por tanto, con dos emisoras de radio. Ambas con licencia de emisión de Interés Público. Una emite en Frecuencia Modulada 96.9 MHz, y la otra en Amplitud Modulada 670 KHz.

UIS 96.9, “La Voz de la Universidad”, emite desde 1995. Tiene como objetivo acercar la cultura, la información y el entretenimiento a una población joven y adulta, con la universidad desde una dimensión misional.¹³⁸

Por su parte, UIS 670 A.M. “La Nueva Radio”, inició sus emisiones en mayo de 2002, y tiene como objetivo convertirse en un medio de educación formal y de extensión sobre la población del Departamento de Santander¹³⁹.

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad Industrial de Santander		Pública	Departamento Santander	2	Interés Público Interés Público
Adscripción	Vicerrectoría Académica	Rector	Álvaro Ramírez García	Unidad	TELEUIS
Director Radio	Iván Darío Montoya Osorio– Director TELEUIS				
Nombre Emisora	96.9 F.M. La Voz de la Universidad 670 A.M. La Nueva Radio				
Presupuesto	Financiación Institucional				
Objetivo	Extensión – Cultural y Entretenimiento / Extensión Cultural y Educativa				

9.1.12.2. Productiva

UIS¹⁴⁰ no dispone de los datos totales de las personas que colaboran en las emisoras. Únicamente han facilitado los datos de los integrantes de planta: **6 contratados** y **un practicante**. Los contratados son dos periodistas, un administrativo y tres de “otro perfil”, técnicos y externos. L practicante es un alumno.

9.1.12.3. Programación y Contenidos

¹³⁸ Anexo A-PROG-14

¹³⁹ Anexo A-PROG-14

¹⁴⁰ Anexo A-PROT-12

Tanto UIS en AM como en FM, presentan una programación de lunes a viernes y otra de fin de semana. Estructura programática mixta, en la que se intercalan franjas semanales con espacios temáticos.

Las programaciones se componen de espacios especializados en múltiples géneros musicales, programas producidos mediante la colaboración de realizadores internos y externos sobre temas deportivos, culturales, de salud, análisis y opinión. Igualmente cuentan con convenios con Radio Francia Internacional, La Voz de América, Radio Nederlands y Radio Nacional de España – RNE: Noticiero RFI, el Informativo VOASAT y el Podium Neerlandes. De la misma forma el Grupo UIS es aliado de la Red de Radio Universitaria de Colombia –RRUC y la Red de Radio Universitaria de Latinoamérica y el Caribe –RRULAC.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Si	Si	No	Si	Fija	Si	Si

- **Amanecer con UIS Estéreo.** De domingo a domingo la audiencia de los 96.9 MHz, tiene la opción de iniciar radialmente su día con la más selecta programación musical que va desde:
 - **Música instrumental.** Colecciones del mundo como las de Putumayo Present's y Putumayo Kids Present's,
 - **Canción Social.** Los grandes intérpretes de la trova cubana, la canción protesta, con solistas y agrupaciones nacionales y extranjeras que han hecho de la música su mejor forma de pensar la realidad de las gentes del planeta.
 - **Tango.** Los más reconocidos temas del género musical y la danza que han hecho famosa en el ámbito mundial a la región del Río de la Plata y su zona de influencia: Carlos Gardel, Libertad Lamarque, Astor Piazzola, entre otros
 - **Bolero.** El género musical de origen cubano y sus expresiones a lo largo y ancho de Latinoamérica: desde la guarachera Celia Cruz, Mañé Pérez, Armando Manzanero, Plácido Domingo, entre otros
 - **Colombiana.** La cumbia, la guabina, el bambuco, la música andina colombiana, el porro, el vallenato, la trova paisa, el mapalé, el joropo y

tantos otros aires colombianos, dentro del millar y más de discos compactos que de la amplia diversidad musical de Colombia.

- **Amanecer con UIS Estéreo.** desde las 12:30 a.m. a 6:00 a.m. de domingo a domingo, músicas programadas por la coordinación UIS Estéreo con material de la sonoteca de emisoras UIS.
- **Los Clásicos en UIS Estéreo.** Los más reconocidos intérpretes y temas de la música clásica, en el amanecer
- **Para ti Colombia.** Programa producido por el Maestro Néstor Aponte para los 670 kHz UIS AM “La Nueva Radio” y retransmitido por UIS Estéreo, a través del cual desde las composiciones de su autoría hasta los diferentes aires y ritmos propios de nuestro país son presentados para ofrecer a nuestra audiencia el mejor inicio de la semana laboral.
- **Instrumentales del Mundo.** Espacio de programación musical generado por la Coordinación de UIS Estéreo, con artistas, agrupaciones y sus producciones discográficas en diferentes géneros.
- **Noticiero RFI.** Producido por Radio Francia Internacional con los últimos acontecimientos en Francia y en el mundo en emisiones en directo vía satélite.
- **Podium Neerlandes.** Programa de música clásica desde las principales salas de conciertos holandesas. Repertorio clásico tradicional y moderno, en versión de intérpretes y orquestas en su mayoría holandeses. Las selecciones incluyen obras de estilos y períodos diversos, precedidas por breves explicaciones, notas biográficas o anécdotas. Presentación de Carlos Micháns.
- **Paradigma Deportivo.** Programa del Departamento de Educación Física y Deporte de la UIS; con toda la información de las selecciones deportivas institucionales, su participación en los torneos internos, universitarios regionales y nacionales, ligas, etc.
- **Informativo VOASAT.** Servicio de noticias que se transmite vía satélite desde los estudios de la Voz de América.
- **Melodías Inolvidables.** Franja musical programada por la Coordinación de UIS ESTÉREO con aquellos temas que a lo largo de las generaciones han sabido ganarse un espacio en la mente y el corazón, para evocar momentos y personas especiales.

- **Colombia Y Su Música.** Programación de los amplios géneros del folclore nacional a partir de las colecciones, álbumes e intérpretes que conforman la amplia sonoteca de las Emisoras UIS.
- **Boleros Con Historia.**
- **Músicas Del Mundo.** Programación de los amplios géneros del folclore mundial a partir de las colecciones, álbumes e intérpretes que conforman la sonoteca de las Emisoras UIS.
- **Blues.** Programación especial con los diferentes intérpretes de este género que integran la sonoteca de las Emisoras UIS.
- **Llega La Noche.** La música americana, sus principales exponentes, las historias y los temas que han hecho historia
- **Voces Con Swing.** Espacio de Radio Nacional de España, retransmitido por Emisoras UIS y que describe como “La mejor música 'moderna' que se hacía en España en los años 40 y 50, los años del swing. Presenta la mejor música y los mejores cantantes. Con las canciones de toda la vida. Con la música de las orquestas, los vocalistas, las películas y los escenarios teatrales. Es una música elegante, culta y refinada. Una música que no tiene edad, para los jóvenes de todas las edades y siempre una música con swing”
- **Nocturnal De Gala – Cámara.** Programa musical que presenta producciones de orquestas de cámara.
- **Supernova.** “Porque el rock entró a nuestra geografía sin tradición y sin metas, somos roqueros de alpargatas, buscando estrellas en laberintos sonoros. Producción que presenta el “nuevo rock” y otras diversas formas aisladas del sonido. Tema principal: El rock como música del mundo, antes que como género. Inició emisiones el 8 de febrero de 2002.
- **Jazz Club.** Un lugar en Bucaramanga donde los sentimientos giran alrededor de la música.
- **Sin Visa** Retransmisión del programa de la semana inmediatamente anterior.
- **Archivo Música Colombiana.** MUSICA COLOMBIANA PROGRAMADA POR LA COORDINACIÓN UIS ESTÉREO CON MATERIAL DE LA SONOTECA DE EMISORAS UIS.
- **Nuestra Mente.** Espacio radial retransmitido por UIS ESTÉREO, en el cual se abordan temas relacionados con la psiquiatría, patologías que afectan el sistema nervioso y los sentidos del ser humano. AL MOMENTO EL PROGRAMA

POR SITUACIÓN DE SU REALIZADO EN RECESO, POR LO CUAL SE PROGRAMA MUSICA DEL SISTEMA POR PARTE DE LA OPERACIÓN TÉCNICA DE UIS ESTÉREO.

- **Sin Visa.** Es un programa dedicado al mundo del viaje físico y espiritual. El objetivo del programa es ser una ventana al mundo para enseñarles a los colombianos lo que hay allí, en otros países, las diferencias y las similitudes. Es un programa que realizo con un equipo jóvenes, todos colombianos y en el que participan también extranjeros del país al que viajamos o colombianos que haya estado en él y lo haya conocido de verdad. Tratamos temas generales, información turística pero también algo de cultura, la gastronomía, las costumbres, tradiciones y la música.
- **Noveno Circulo.** Programa especializado en Heavy Metal contemporáneo.
- **UIS en AM Y FM.** Retransmisión del magazín institucional del equipo de Comunicaciones de la Universidad Industrial de Santander, producido por TELEUIS COMUNICACIONES a través del personal periodístico y operativo del Equipo Radio, que presenta los acontecimientos más destacados de la UIS a través de las secciones: Hechos de la semana, Memoria Audiovisual, Protagonistas UIS, Nuestras Sedes y Lo que viene.

9.1.12.4. Distribución

Radio Frecuencia										
Licencia		Frecuencia	Emisor	Antena	Categoría de Cubrimiento			Área geográfica de Cubrimiento	Satélite	
Interés Público		*96.9 MHz UIS ESTÉREO “La voz de la Universidad” * 670 kHz UIS AM “La nueva radio”	Potencia	Altura	Zonal	Zonal Restringido	Local Restringido	5 departamentos en el nororiente colombiano	Convenio RFI Y VOA	
			10 Kw	*UIS ESTÉREO 55 Mts. *UIS AM 110 Mts. Y 120 Radiales	FM- A AM- B					
Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación	DINESAT	Propio	Externo	-	Sí	Facebook	No	No	No
	MP3		X							

9.1.12.5. Difusión

A partir del análisis de sus estructuras de programación, de los objetivos institucionales y de la emisora de radio, así como del equipo de producción y distribución, podemos determinar que el Público Objetivo de la emisora en FM está compuesto por adultos con intereses en contenidos culturales y de entretenimiento, así como de información internacional (contenidos de emisoras como RFI y VOA). En cuanto a los gustos musicales, siente interés por estilos clásicos, Jazz, y Rock. Mientras que la emisora en AM tiene un carácter regional en sus modos y formas. Maneja un perfil más popular, en la medida que tienen contenidos educativos y formativos.

9.1.13. Universidad Pontificia Bolivariana: Radio Bolivariana AM, Radio Bolivariana FM y Radio Católica Metropolitana

Fechas de análisis: 3 de junio de 2013

La Universidad Pontificia Bolivariana, fundada en 1936, es una institución de educación superior sin fines de lucro, de carácter privado, regentada por la Arquidiócesis de Medellín. Es persona jurídica de derecho eclesiástico, reconocida por el Estado colombiano como una institución de educación superior. Se esfuerza así, desde su misión, por contribuir a la construcción y difusión de una auténtica cultura, en la que el saber se integra con los más altos valores del humanismo cristiano.

La Universidad Pontificia Bolivariana (UPB) tienen como misión “entregar a la sociedad y al mundo excelentes profesionales, pero ante todo personas íntegras e integrales preparadas para afrontar la vida, sus retos y condicionamientos”. Su labor es "educar para la vida, educar para ser servidores de ella en todas sus dimensiones: personal y social, familiar y laboral, individual y comunitaria, intelectual y ordinaria”¹⁴¹.

9.1.13.1. Variable Empresarial y Organizativa

La UPB tiene como “ser una institución católica de excelencia educativa en la formación integral de las personas, con liderazgo ético, científico, empresarial y social al servicio del país”, desde el Espíritu del Evangelio y bajo los siguientes valores:

- Reconocimiento y respeto por cada una de las personas, sin discriminación alguna.
- La búsqueda de la verdad y el conocimiento.
- La Solidaridad.
- La Justicia.
- La Honradez.
- La Creatividad e Innovación.
- La Lealtad.
- El Compromiso con la paz y el desarrollo del país.

¹⁴¹ Anexo A-EST-13

Su fundador, Monseñor Manuel José Sierra, elaboró la esencia de lo que debe ser un integrante de la comunidad universitaria. Lo que denominó Espíritu Bolivariano y hoy se sigue promulgando:

- **Identificación con el ideal de la Bolivariana.** No se podrá ser un perfecto Bolivariano sin estar convencido de la misión cultural y social que a la Universidad corresponde llenar en la vida colombiana; ni se podrá coadyuvar adecuadamente a la realización de sus ideales sin apasionarse con sus triunfos, sin amoldarse estrictamente a su disciplina y sin participar del elevado espíritu de sus fundadores.
- **Disciplina de convicción respetando la autoridad.** Obedecer las órdenes por convicción, respetar la jerarquía y acatar la autoridad; no defraudar las aspiraciones de sus padres, ni hacer inútiles sus sacrificios, serán normas que el bolivariano tendrá muy en cuenta.
- **Católico y Patriota.** Ninguna causa eximirá al Bolivariano del cumplimiento de sus deberes universitarios, familiares, patrióticos y sociales. Será primero que todo un católico convencido y práctico, un patriota sin reservas ni odios; y luchará por la implantación de un orden cristiano en las relaciones humanas.
- **La mayor falta del bolivariano, ser irreligioso, antipatriota o mal bolivariano.** Rehuir la lucha por la Iglesia Católica, por la Nación Colombiana o por su Universidad o dejarse dominar por un ambiente hostil a ellas, constituirá la mayor falta que se puede cometer contra el espíritu de la Universidad Pontificia Bolivariana.
- **Fraternidad Bolivariana.** Entre los Bolivarianos de cualquier edad o condición, pobres o ricos, felices o caídos en desgracia, existirá la fraternidad que crea el haber vivido en los mismos claustros, sentido las mismas emociones y haber participado de la gran comunidad a que aspira ser la Universidad Pontificia Bolivariana.
- **Vida privada, vida pública, vida patriótica y vida profesional del Bolivariano.** En su vida privada el Bolivariano buscará en todos los momentos su perfeccionamiento; en su vida pública será un perfecto caballero, intachable en sus maneras, caritativo con los pobres, justo con sus inferiores; si la vida o las necesidades de la Patria lo llevan a la política no se dejará dominar por resentimientos o por mezquinos intereses y buscará siempre el engrandecimiento

de Colombia; en la vida profesional recordará que la sociedad requiere sus servicios y dirigirá todos sus actos por la justicia conmutativa y social, pues de ellos ha de dar cuenta al Todopoderoso.

No negará su concurso o asistencia a ningún acto religioso, a los homenajes patrióticos, ni a las iniciativas que tiendan a asegurar el reinado de la justicia social; luchará porque corran parejas en su vida la moral y la religión, la cultura y la ciencia, la justicia y la caridad, los intereses del hombre y de la sociedad.

- **Obligación seria de estudiar.** El Bolivariano está obligado a estudiar aplicando su criterio propio; a analizar y a discutir imparcialmente, a consultar y a razonar con el fin de adquirir conocimientos sólidos y de capacitarse para servir a la sociedad y a su familia en la medida de sus fuerzas.

No se inspirará nunca en fines calculadores o indignos, sino que, teniendo en cuenta la naturaleza humana y su destino final, luchará por su perfeccionamiento, ennoblecerá su vida, dignificará cuanto con él se relacione de tal manera que nunca se le pueda enrostrar que faltó al espíritu de la Universidad o que dejó de obrar bien en algún momento.

- **El Espíritu Bolivariano debe ser fruto de la conciencia individual y universitaria.** Su cariño, su admiración por la Religión Católica, por la Patria y cuanto haga por enaltecer la memoria del Padre Libertador y realizar sus supremos deseos, no serán el resultado de la vigilancia, la imposición o el cálculo, sino fruto espontáneo de su conciencia individual y universitaria.

La UPB tiene 4 sedes: Medellín, que es la central, Bucaramanga, Montería y Palmira, cada una con sus estatutos propios y autonomía bajo el amparo de la central, y una unidad de Proyección y Gestión en Bogotá. De esas sedes, la UPB cuenta con emisoras en Medellín, Bucaramanga y Montería. En este apartado analizaremos las ubicadas en la Región Antina: Medellín y Bucaramanga.

La **sede central** cuenta con dos emisoras universitarias: **Emisora Cultural Radio Bolivariana A.M. Social Participativa**, fundada el 11 de agosto de 1948; y **Emisora Cultural Radio Bolivariana F.M. Cultural Recreativa**, fundada el 1 de diciembre de 1992. En ambos casos tienen una licencia de emisión Comercial.

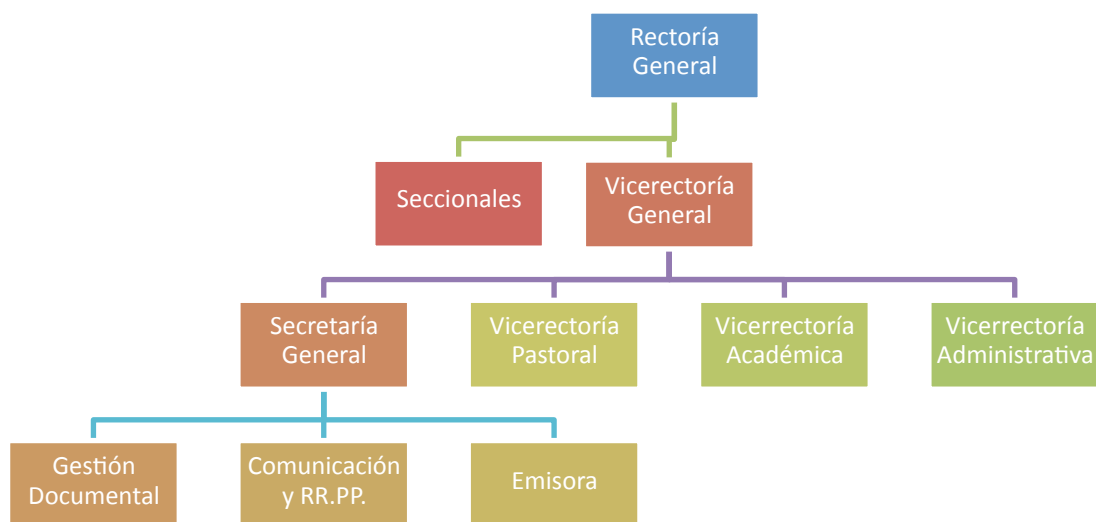
Esta cadena de emisoras tiene como misión “promover los valores sociales y cristianos, mediante una radiodifusión dinámica, sana y participativa que ayude a la formación

integral y al bienestar humano,” siendo un “pilar fundamental en la proyección del pensamiento de la Universidad Pontificia Bolivariana hacia las naciones de habla hispana, promulgando el desarrollo de la ciencia y la evangelización de la cultura como camino hacia un mundo mejor”¹⁴².

Por tanto, los objetivos que se desprenden de su misión y visión son:

- Promover los valores sociales y cristianos como base para el desarrollo integral del ser humano.
- Ayudar a la comunidad en los aspectos de la educación, la familia, la salud, la religión y la cultura, mediante una programación social y participativa.
- Aplicar en la técnica radial, estrategias para promover los proyectos de la Universidad Pontificia Bolivariana.
- Desarrollar una competitividad sana en el medio radial a través de un profesionalismo ético y responsable.

Radio Bolivariana, AM y FM pertenece, orgánicamente, a la Secretaría General de la Universidad.



Elaboración Propia

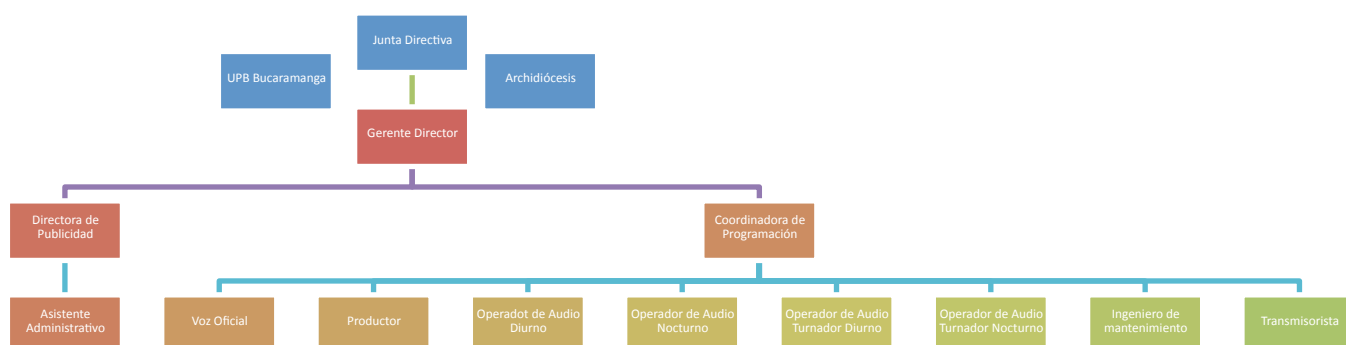
En cuanto a la emisora de la seccional de Bucaramanga, Radio Católica Metropolitana, surge del convenio entre la Archidiócesis de Bucaramanga y la Pontificia Universidad

¹⁴² Anexo A-EST-13

Bolivariana seccional Bucaramanga. Emite a través de A.M. 1.450 KHz con licencia de emisión Comercial. Se definen como “un medio de comunicación radial, que mediante una programación de alta calidad promueve, desde la cultura, los principios y valores del Evangelio para todos los pueblos,” a partir de los siguientes valores:¹⁴³

- La Verdad, para ser libres.
- La Fe, como respuesta a los llamados de Dios.
- La Unidad, para un trabajo en comunión.
- La Esperanza, para ser proclamada.
- La Responsabilidad, que nos compromete.
- La Justicia, para ser vivida.
- La Solidaridad, que nos mueve a vivir la caridad.
- El Compromiso, con la paz y el desarrollo del País.
- La Universalidad, para proyectarnos globalmente”.

Organizativamente, Radio Católica Metropolitana¹⁴⁴ se estructura de la siguiente forma:



Fuente: elaboración propia a partir Radio Católica Metropolitana

Ficha Variable Empresarial

¹⁴³ <http://www.rcm1450.com/> Fecha de consulta 20/8/2013

¹⁴⁴ Anexo A-ORG-12

Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Pontificia Universidad Bolivariana		Privada	Nacional	2	Comerciales
Adscripción	Secretaría General	Rector	Julio Jairo Ceballos Sepúlveda	Unidad	-
Director Radio	Henry León Estrada				
Nombre Emisora	Radio Bolivariana AM y FM				
Presupuesto	Mixto				
Objetivo	Extensión – Cultural y Divulgación				

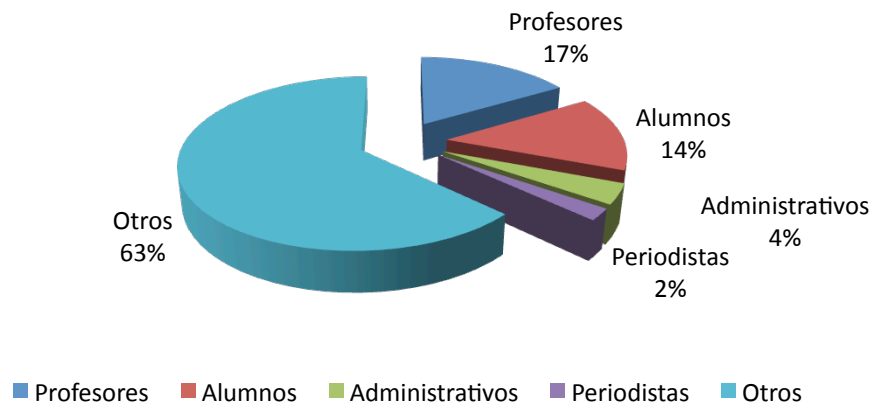
Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Pontificia Universidad Bolivariana		Privada	Nacional	2	Comercial
Adscripción	Secretaría General	Rector	Primitivo Sierra Cano	Unidad	-
Director Radio	Agustín Patiño				
Nombre Emisora	Radio Católica Metropolitana				
Presupuesto	-				
Objetivo	Extensión – Cultural				

9.1.13.2. Productiva

Radio Cultural Bolivariana AM y FM¹⁴⁵ está integrada por 181 personas, de las cuales el 17% son docentes, el 14% alumnos, el 4% administrativos, el 2% periodistas y el 63% realizadores externos.

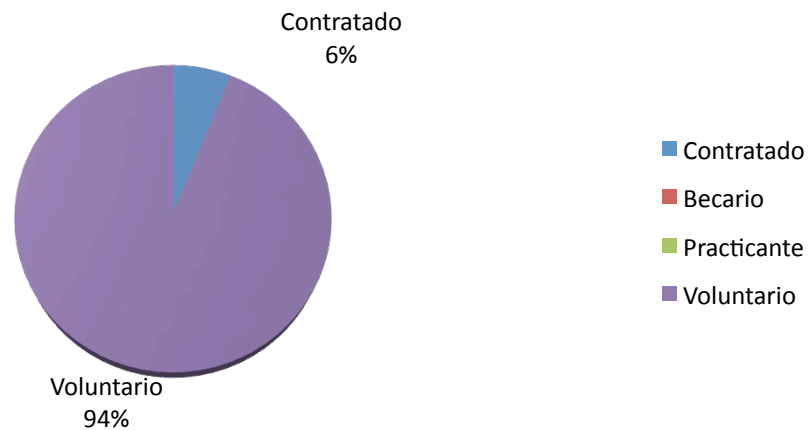
¹⁴⁵ Anexo A-PROT-13

Perfiles del equipo de Producción



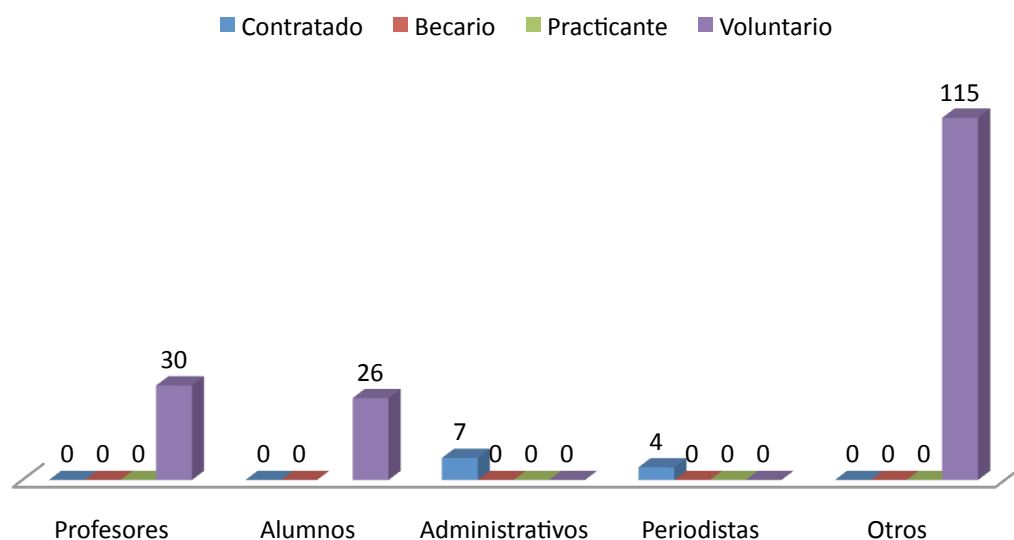
En cuanto al tipo de relación que mantienen con la emisora, podemos apreciar que el 94% de las personas que forman parte de la emisora son voluntarias, frente el 6% que tienen una relación contractual.

Tipo de Relación



Según el tipo de relación y el perfil de los integrantes de las emisoras, podemos ver que los profesores, todos tienen una relación voluntaria, al igual que los alumnos. Los administrativos y periodistas son contratados y los realizadores externos (otros), mantienen una relación de colaboración con la emisora totalmente voluntaria.

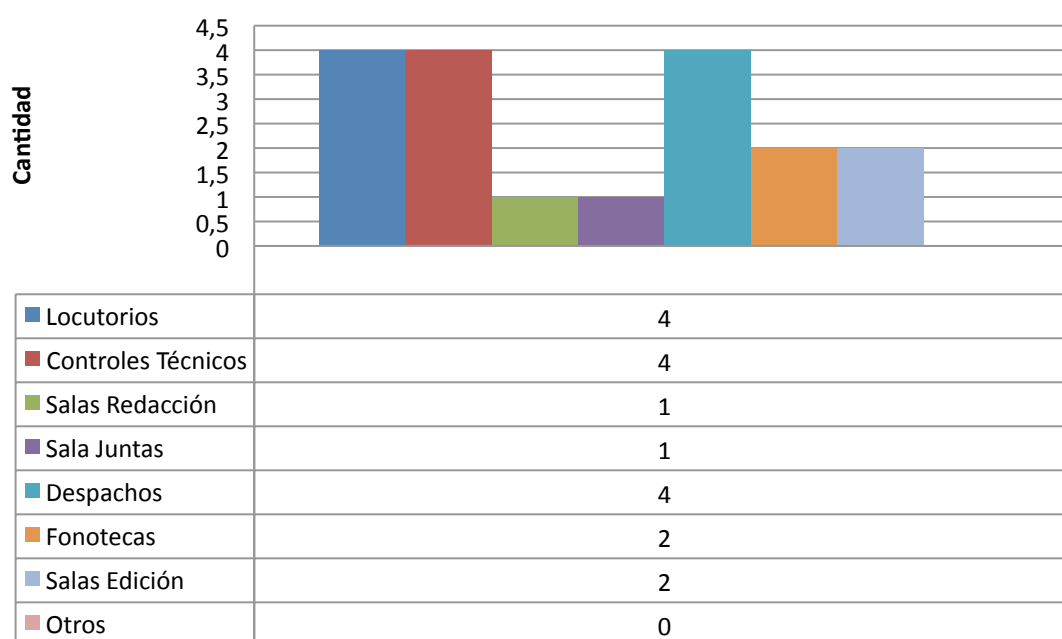
Relación por Perfil



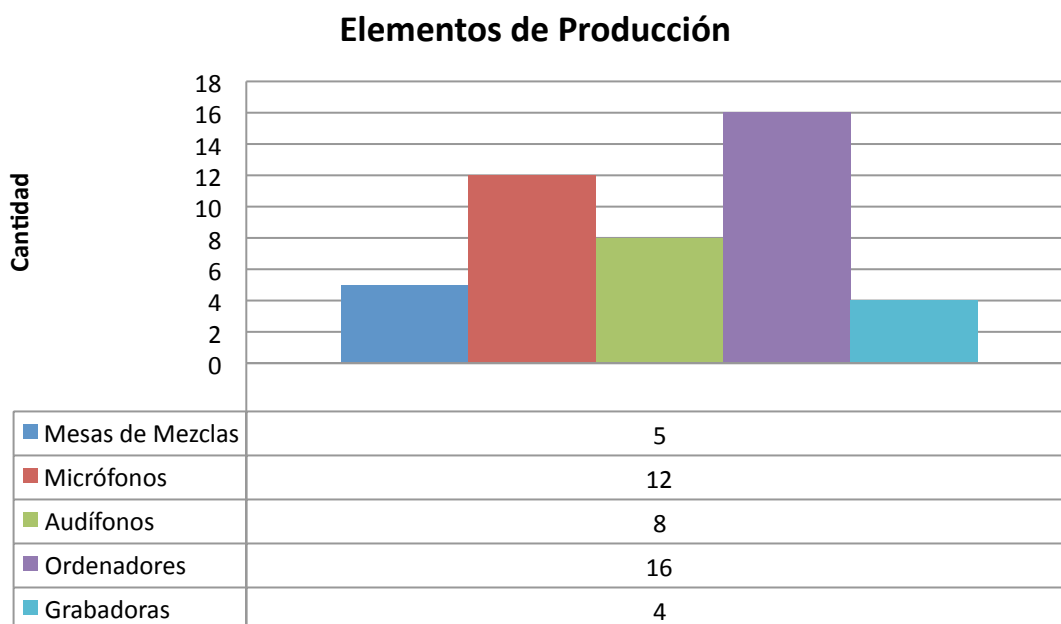
Por tanto, podemos decir que hay una planta de 11 personas compuesta por administrativos y periodista, que son los encargados de mantener orgánicamente las emisoras y se apoyan de la colaboración voluntaria interna de profesores y alumnos (unas 56 personas) y externa de realizadores y otros perfiles (115 personas).

En cuanto a los espacios habilitados para el funcionamiento de la emisora, anotamos los siguientes datos:

Espacios de Producción



En cuanto a los elementos técnicos de producción, destacamos:



9.1.13.3. Programación y Contenidos

Radio Cultural Bolivariana FM concibe una programación¹⁴⁶ de lunes a viernes y de fin de semana. Entre semana está conformada por franjas semanales, mientras que los fines de semana se estructura en programas temáticos. Por su parte, **Radio Cultural Bolivariana AM** concibe una estructura programática mixta entre el lunes y el viernes y mosaico los fines de semana.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Sí	Sí	No	Sí	Fija	Sí	Sí

En cuanto a los contenidos:

- **Jesús por María.** Orlando López Díaz. Director de Abba Comunicaciones. Reflexiones diarias sobre la presencia y la acción de la Santísima Virgen María en la vida común de los cristianos, en las diversas situaciones por las que atraviesan. La doctrina del programa se ajusta con absoluta fidelidad al Magisterio de la Iglesia, por lo cual genera sintonía y confianza.

¹⁴⁶ Anexo A-PROG-15

- **Actualidad Bolivariana.** Aborda temas relevantes y de impacto social, religioso o educativo relacionados con las diferentes unidades de la UPB.
- **Akoustikoi Literario.** Trata diversos temas literarios, etimológicos y semíticos. Realiza un análisis de algunos textos en particular, invitando a la valoración de la buena lectura y la correcta escritura.
- **Al Encuentro Del Ser Humano.** Diálogo sobre valores humanos, pautas de crianza, desarrollo creativo y bienestar social, mediante invitados especiales (Enfoque psicoeducativo y formativo).
- **Antioquia En Cifras.** Un espacio para el análisis de temas actuales sobre economía y comercio en general con cobertura regional y nacional.
- **Arcos, Maderas Y Cobres.** Selección de música clásica del género de cámara. El material sonoro se extrae de la discografía de la Emisora.
- **Arias, Canciones Y Textos.** Trata diferentes temas sobre intérpretes, composiciones y géneros musicales en el mundo. Es un referente entre los coleccionistas de música en Antioquia. Su legado contiene casi 300 programas cada uno de una hora.
- **Artefactos.** Temas sobre arquitectura, diseño gráfico y textiles. Es el esfuerzo de una de las escuelas de la UPB con mayor renombre en la ciudad.
- **Bodas De Caná.** Mediante un equipo interdisciplinario, comparte diferentes experiencias de vida que permiten crecer como Iglesia Doméstica en la formación humano-cristiana de cada uno de los miembros de la familia y de la sociedad.
- **Cantatas De Bach.** Programa didáctico musical que explica una de las obras sacras más importantes del mundo.
- **Canto De América.** Espacio radial sobre la música popular de habla hispana. El programa es hoy un referente de la música popular en Antioquia. Su legado tiene más de 800 programas de archivo.
- **Charlas En El Bosque De Bambú.** Programa que aborda temáticas como la poesía, los viajes, la música y la literatura. Producción realizada en la Universidad Católica de Oriente cedida por la realizadora Marga López Díaz (Premio Nacional de Poesía).
- **Cita Con La Salud Enfermería.** Programa que ofrece educación para el cuidado de la salud y la vida. Se abordan diferentes temáticas acerca de la Enfermería. La audiencia participa activamente con consultas hacia los

profesionales realizadores del espacio. Cada programa tiene un especialista de la UPB como invitado.

- **Cita Con La Salud General.** Programa que ofrece educación para el cuidado de la salud y la vida. Se abordan diferentes temáticas de la Medicina General y se intercalan con las llamadas de los oyentes que consultan a los profesionales realizadores del programa.
- **Cita Con La Salud Pediatría.** Programa que ofrece educación para el cuidado de la salud, la vida y el bienestar de los niños. Trata diversos temas sobre pediatría que comparte con la audiencia y el espacio ha merecido reconocimientos regionales y nacionales.
- **Cita Con La Salud Psiquiatría.** Programa que ofrece educación para el cuidado de la salud y la vida. Se tratan varias temáticas acerca de la Psiquiatría y la audiencia consulta a los especialistas invitados de acuerdo con el enfoque de los contenidos.
- **Ciudad Solar.** Programa sobre arte, cultura y comunicación. Está principalmente dirigido al conocimiento del arte plástico y a los movimientos y a las tendencias artísticas en el mundo.
- **Colombia Bailaba Así.** Realiza un recorrido por la historia de la música colombianaailable, rescatando las grandes orquestas y los artistas que marcaron la historia de la música en Colombia con ritmos como el porro, la cumbia y el merecumbé. Hace comentarios sobre las obras y sus artistas y los mezcla con ejemplos musicales. Es un referente radial en Antioquia y en Montería. Tiene audiencia extranjera.
- **Coloquio De Los Libros.** Editorial UPB. Promociona los libros con el sello editorial de la UPB. Invita a los autores para que expongan sus ideas a la audiencia en general, motivando el buen hábito de la lectura y de la escritura. También resuelve consultas sobre corrección idiomática.
- **Concierto A Plena Luz .** Obras famosas y grandes intérpretes de la música del período clásico y romántico. Selección musical del material de la discografía de la Emisora.
- **Concierto Colombiano.** Selección de música colombiana, principalmente del interior del país, región que se caracterizaba por una lírica poética y literaria. El material sonoro se extrae de la discografía de la Emisora. Tiene audiencia extranjera.

- **Conferencias Televida.** En esta franja se transmiten las conferencias que Televid comparte con nuestra emisora. Se tratan diversos temas a cargo de varios sacerdotes y laicos.
- **Consultorio Espiritual.** Programa dedicado a los temas de la Iglesia relacionados con la familia y el matrimonio. Su formato permite la alta participación de la audiencia en temas cotidianos y cuenta con especialistas invitados y equipo humano de apoyo en la interlocución.
- **Consultorio Jurídico.** El espacio es un consultorio radial, donde los profesionales con diversos temas, atienden enfoques distintos y ayudan a la audiencia a entender el ámbito de la cultura jurídica y el funcionamiento de las instituciones del estado.
- **Controversia.** Análisis discrecional, en modo de controversia, sobre los fenómenos y comportamientos de la sociedad de hoy, con base en el Catecismo de la Iglesia Católica.
- **Cosmos.** Trata temáticas sobre ciencia y astronomía. Intercala los comentarios con música y literatura.
- **De Las Cosas Nuevas.** Invita a la reflexión sobre temas relevantes para el ser humano y su relación social y cristiana en los tiempos modernos.
- **Décadas Musicales.** Un recorrido musical por la canción balada de habla hispana de los años 60s, 70s y 80s.
- **Del Canto Gregoriano.** Difunde de modo pedagógico la más sublime expresión de la música de la Iglesia. El Canto Gregoriano es el canto oficial de la familia creyente y la fuente de una extraordinaria riqueza que suma a la sublimidad de la música, los contenidos literarios que sintetizan la fe proclamada y también musicalizada de la Iglesia a partir de los mismos cantos, traducidos y explicados, acompañando las celebraciones del año.
- **Del Dicho Al Hecho.** Programa de reflexión y análisis sobre temas culturales, sociales y cotidianos en formato de Radiorevista, con fuentes directas e invitados especializados. Su enfoque principal se basa en la actividad cultural de Medellín.
- **Deporte Sin Misterio.** Programa sobre el pasado y el presente del deporte nacional e internacional, a cargo de profesionales egresados de la UPB.

- **Desde Europa Con Melodías.** Deutsche Welle. Programa sobre música del período clásico y romántico. El material radial es un producto según convenio entre la Deutsche Welle y Radio Bolivariana
- **Desde La Rectoría.** El Rector General lleva un saludo a la comunidad universitaria. Expone temas relevantes en el acontecer diario de la UPB y envía mensajes de formación y valores humanos a los radioescuchas.
- **Desde La Raya.** Programa-escuela de radio para la formación de futuros profesionales en el medio. Está dedicado principalmente a la formación de jóvenes estudiantes en el campo de la radio deportiva.
- **Despertares .** Espacio participativo para promover el desarrollo integral de la familia y la comunidad. Trata temas sobre valores humanos y familiares, además de problemáticas relevantes en la sociedad actual.
- **Diálogos Sobre Cultura Y Filosofía.** Programa sobre cultura antigua, filosofía, historia y hermenéutica.
- **Efemérides De La Semana.** Espacio para el recuento de las efemérides musicales de la semana. Presenta ejemplos musicales de las obras comentadas.
- **Efemérides Del Día.** Espacio para el recuento de las efemérides musicales de la semana. Presenta ejemplos musicales de las obras comentadas.
- **El Arte Del Interprete.** Programa sobre las memorias, anécdotas e historias de los grandes intérpretes de la música clásica en el mundo.
- **El Consultorio Del Idioma.** Espacio radial para analizar el uso de nuestra lengua y reflexionar sobre nuestros hábitos del habla y de la escritura.
- **El Sabor En Las Palabras.** Un recorrido por el valor que los escritores antioqueños le han concedido a la gastronomía en sus producciones literarias, una reflexión estética sobre la importancia del gusto, el olfato y el sabor en nuestra cultura.
- **En Aquel Tiempo.** Busca ilustrar los caminos de la fe a partir de la palabra misma del Señor Jesús. Su nombre se tomó de la forma como comienza la proclamación del Evangelio y quiere actualizar con comentarios sencillos y al alcance de todos, las enseñanzas. Quiere ser proyección de la Pastoral y de la reflexión teológica de la Universidad, de modo que llegue a todos los públicos con sencillez y con un mensaje de vida y de esperanza.

- **En Sintonía Con La Paz.** Trata los valores humanos desde la perspectiva de las problemáticas familiares y comunitarias. Desarrolla programas, estrategias y eventos para la formación integral de las comunidades.
- **Estrategia.** Está dedicado al emprendimiento, a la acción creativa de las empresas y a la buena administración económica, promocionando el valor del ahorro, la responsabilidad social y la equidad.
- **Ética Civil Empresarial.** Programa en el que se abordan diferentes problemáticas sobre la ética en las empresas e instituciones en general.
- **Eureka!** Espacio radial sobre ciencia y tecnología, dedicado a sensibilizar al público en el conocimiento científico, en los hábitos de la investigación, la observación y el análisis inteligente del medio ambiente natural.
- **Hablemos De Calidad Vida.** Espacio para crear conciencia, compromiso y cambio en torno a los elementos que definen el bienestar social y personal.
- **Hablemos De Derecho.** Aborda temas centrales sobre la cultura jurídica que inciden en la comunidad y en la sociedad en general.
- **Hablemos De Música.** Programa sobre música clásica, dedicado a las anécdotas y situaciones de sus autores
- **Honor Al Mérito.** Oficina de Egresados UPB. Programa en el que se invitan a los egresados de la UPB de las diferentes áreas del conocimiento para que cuenten sus experiencias. Es una reconstrucción histórica de nuestra Universidad y una remembranza basada en los valores humanos que han forjado a la UPB.
- **Ideas Brillantes.** Un espacio para descubrir la creatividad que hay tras la Ingeniería y la Tecnología de antes y de ahora. Trata diversos descubrimientos, personajes e inventos. Programa dedicado a la transferencia del conocimiento científico y tecnológico.
- **Ingeniando.** Programa de divulgación científica en el que se abordan temáticas de la ciencia, la ingeniería y la tecnología. Hace recuentos históricos, análisis de conceptos, rastreo de los conceptos más avanzados.
- **Ingenio Radio.** Programa de Divulgación Universitarias Científicas / Grupo de estudio en Radio de la Facultad de Comunicación Social - Periodismo de la UPB / Juan Manuel Muñoz Estudiantes del grupo de estudio en Radio de la Facultad de Comunicación Social - Periodismo de la Universidad Pontificia

Bolivariana Microprograma sobre divulgación científica relacionada con los proyectos que se realizan en la UPB.

- **La Casa Sosegada.** Programa sobre poesía, música y literatura. Se intercala la conversación con los invitados especializados en varios temas.
- **La Hora Católica.** Ofrece un servicio a la fe de los creyentes la cual se identifica por creer en Cristo Dios y hombre verdadero tal como es confesado en la Iglesia católica, para que haya coherencia de vida y fe. Cristo confesado en la catolicidad quiere decir, en la universalidad por una parte de la doctrina que implica verdades respecto a Dios, los sacramentos, las prerrogativas sobre la Virgen María y con la ayuda del Magisterio; y por otra, respecto a la verdad sobre el hombre imagen viva de Dios.
- **La Hora De La Misericordia.** Es un espacio de oración, reflexión y meditación con y desde la Divina Palabra de cada día. Quiere facilitar a los oyentes un encuentro personal con Cristo. Se realiza con base en la Sagrada Escritura, los Documentos del Magisterio y la experiencia de Santa Faustina, mujer que encarnó el evangelio y lo vivió practicando la misericordia con el prójimo. Es realizado por laicos que viven un proceso de formación y crecimiento espiritual en la Casa de la Misericordia, comunidad de laicos al servicio de la nueva evangelización.
- **La Otra Historia.** Programa de historia y filosofía en el que se exponen diversos temas relacionados con el mundo, la cultura y la academia. Es un espacio referente en la radio antioqueña.
- **La Tertulia.** Revista periodística dedicada temas sobre las ciencias sociales y el medio ambiente. Es un programa radial-escuela que forma a futuros profesionales en el medio.
- **La Vieja Medellín.** Está dedicado a la reconstrucción imaginaria de la vieja ciudad de Medellín, en el cual se incluyen más las emociones y las reacciones de los oyentes que los datos estructurales. Es un referente radial en la población mayor de dicha ciudad.
- **La Voz Por Excelencia.** Expone a grandes intérpretes de la música vocal en el mundo, valorando el arte lírico como una disciplina noble, compleja y divina.
- **Lazos.** Difunde y presenta instituciones y fundaciones del tercer sector de la economía, el sector solidario. Trata los valores humanos, el carisma, la

voluntad y la generosidad de personas que forjan grandes obras para el mejoramiento de la sociedad.

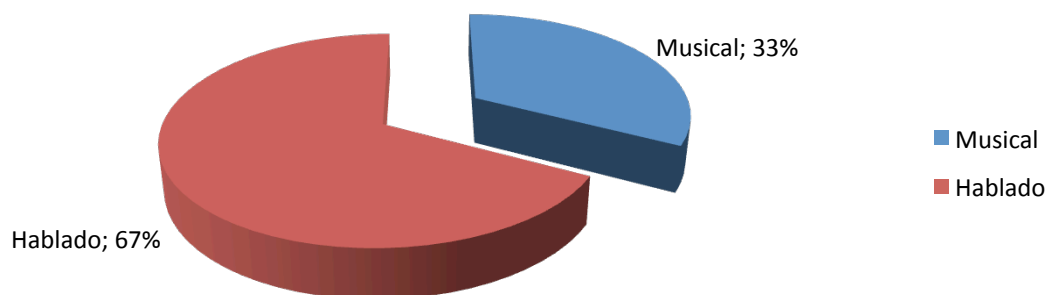
- **Literatura Para Oír.** En este espacio se leen textos de escritores de todo el mundo, promoviendo el arte de la lectura atenta, como abre bocas para el conocimiento literario.
- **Medellín Al Derecho Y Al Revés.** Hace un recorrido por las historias, los personajes y la vida cotidiana de Medellín, con invitados protagonistas de la información. Es un programa referente en la ciudad de Medellín en público muy variado.
- **Medellín De Piedra Y Barro.** Programa sobre arquitectura que trata varios objetos de la ciudad desde una mirada histórica y prospectiva y desde la ética urbana.
- **Medicáncer.** Aborda temas relacionados con los tratamientos oncológicos. Realiza campañas preventivas.
- **Meditación Diaria** Vicerrectoría Pastoral de la UPB. Microprograma que invita al oyente a hacer un alto en el camino para reflexionar sobre nuestro mundo.
- **Melodías Favoritas.** Selección musical del período clásico y romántico que busca generar en el oyente un espacio para el descanso y la armonía auditiva.
- **Mentes Sanas.** Programa de tipo consultorio radial sobre psicología con alta participación de la audiencia.
- **Milagros De Vida.** Invita al diálogo sobre el valor y la defensa de la Vida; comparte y reflexiona sobre temas trascendentales que retan a los seres humanos y a la sociedad: el valor de la vida, la dignidad humana, la familia, el bienestar de los niños, la salud, la equidad, entre otros.
- **Mirada Publicitaria.** Trata temas sobre publicidad y sistemas de mercadeo. Da a conocer estrategias de los medios para que el público sea crítico y analítico ante las campañas de consumo.
- **Misa Rectoral.** Se transmite en directo desde el Templo Universitario de la UPB.
- **Momentos De Cine.** Programa que realiza un análisis del cine comercial actual. Promueve la crítica de la estética y de los contenidos del séptimo arte de manera objetiva y profesional.
- **Mundo Pop.** Programa musical dedicado al pop latino.

- **Música Antigua Y Barroca.** Dedicado a la música barroca y antigua. Destaca los momentos más trascendentales en los orígenes de la música culta.
- **Música Del Ayer.** Programa dedicado a la música de antaño de habla hispana. Es un referente musical para los coleccionistas en Antioquia.
- **Música Global.** Programa musical con los cantantes famosos del mundo. Horacio Hoyos presenta al artista con una breve biografía y luego se pasan las canciones. El material sonoro se extrae de la discografía de la Emisora.
- **Música Instrumental Colombiana.** Selección de música instrumental colombiana con grandes intérpretes del país.
- **Musicofilia.** Programa sobre didáctica musical que explica los géneros de este arte más relevantes en el mundo. Hace énfasis en la escucha activa, la melodía y los efectos de la sonoridad en el cerebro.
- **Nostalgia Con Omaira.** Trata temas de la música popular hispanohablante. Es una serie de archivo y es un referente radial para coleccionistas de música popular en Antioquia.
- **Notas De Colombia.** Programa de música colombiana en el que suenan orquestas y artistas de las diferentes regiones y géneros musicales de Colombia.
- **Noticiero Radio Vaticano** Radio Vaticana. Noticiero de Radio Vaticano con emisión diaria, gracias al convenio con esta entidad.
- **Orquesta Filarmónica De Bogotá.** La Orquesta Filarmónica de Bogotá ofrece su repertorio de conciertos grabados para la audiencia de Medellín.
- **Pensemos En Familia.** Es un consultorio radial sobre problemática familiar y comunitaria.
- **Plantando Iglesia.** Programa de evangelización cristiana dedicado a las problemáticas de la sociedad y del transcurrir de la Iglesia Católica.
- **Primer Programa Del Concierto.** Selección de música de los períodos clásico, romántico, rococó, barroco y renacentista.
- **Relatos Del Viento.** Cita con la tradición oral para el rescate de recuerdos, poemas, trayectos, costumbres y cuentos atesorados en nuestra cultura.
- **Resumen De Noticias Bbc.** Microprograma con el resumen de noticias de ámbito internacional, gracias al convenio con BBC DE LONDRES.

- **Revista A La Historia.** Es un examen diligente y cuidadoso sobre los siguientes temas: La mujer en la historia, historia de la medicina, la historia del libro, la historia de Antioquia.
- **Sala De Redacción.** Noticiero con Licencia del MINTIC preparado por los estudiantes de la Fac. de Comunicación Social - Periodismo de la UPB, con enfoque periodístico local y regional. El trabajo es orientado por varios docentes y es una práctica obligatoria en el pensum de dicha Facultad.
- **Santa Misa** (en asocio con Televid). Se transmite en directo la Santa Misa de lunes a viernes que transmite el canal Televid, gracias al asocio con esta entidad.
- **Santo Rosario.** Oración del Santo Rosario. Los derechos del sacerdote fueron cedidos a la emisora.
- **Sesión De Jazz.** Programa musical sobre el género Jazz que incluye comentarios y música de compositores relevantes, intérpretes famosos y épocas memorables.
- **Sinfonías De Haydn.** Presenta el arte musical de uno de los compositores más célebres de todos los tiempos y autor de grandes obras sacras.
- **Sonido Joven.** Programa musical dedicado a la balada del género pop europeo y norteamericano.
- **Tiempo De Música.** Cantantes, compositores y grandes intérpretes de la canción de antaño de habla hispana.
- **Tiempo De Transición.** Música internacional con características melódicas y con sentido evocador, con el fin de dar descanso en determinada hora del día.
- **Un Día Como Hoy BBC.** Microprograma con material de archivo de la BBC de Londres. Trata efemérides sobre sucesos o personajes en cada día del año.
- **Vive.** Trata problemáticas sociales a través de la conversación con especialistas del Teléfono de la Esperanza, con los invitados que cuentan sus historias de vida y con la participación de oyentes.
- **Zarzuelas Y Operetas.** dedicado al género de la zarzuela. Se enfatizan los comentarios en el argumento de dicho género y en el arte lírico español.

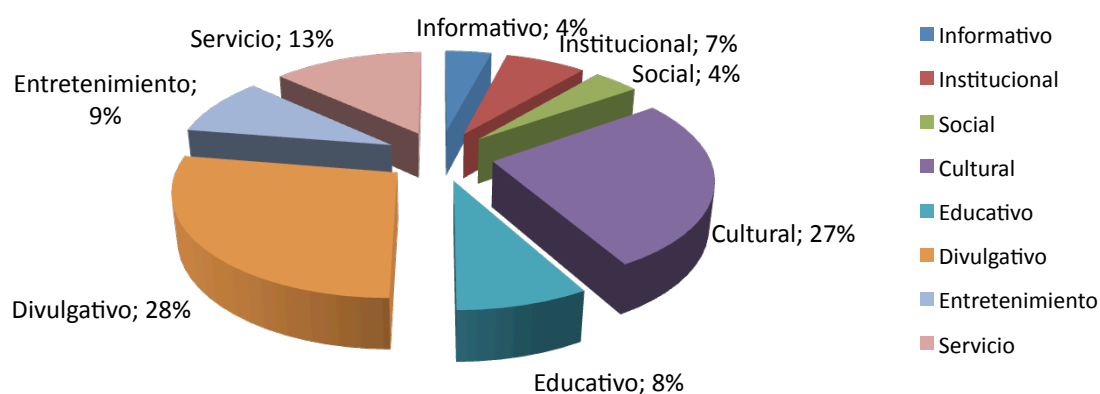
En cuanto a la distribución de programas según su tipología, observamos que el **67%** de los programas producidos son **hablados**, mientras que el **33%** son **musicales**.

Tipo de Programa

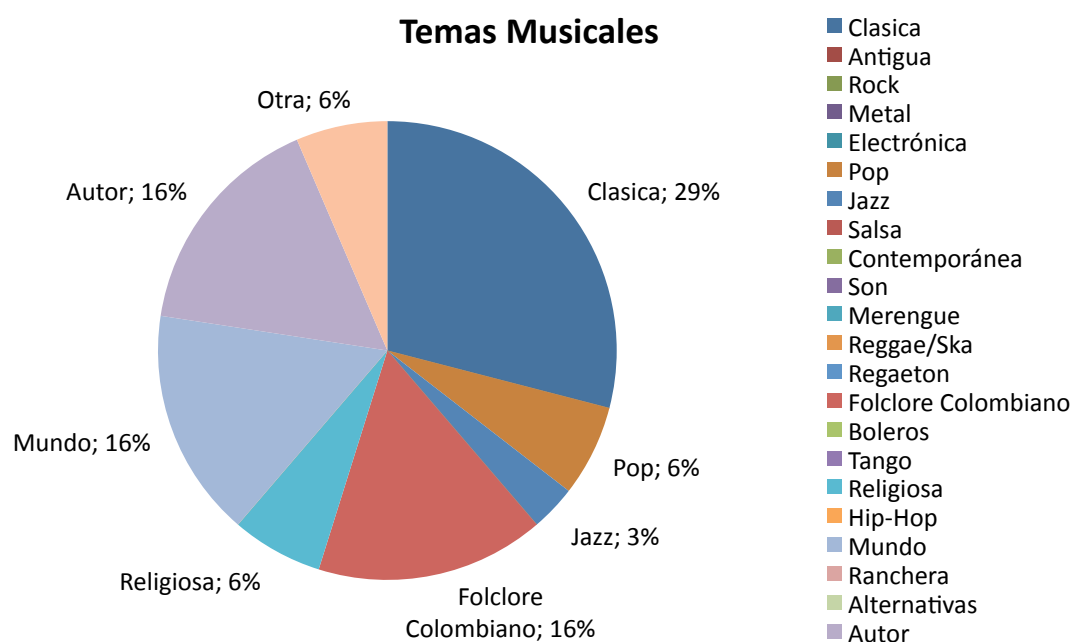


En cuanto a la finalidad de los programas, encontramos que el **28%** tienen una finalidad **divulgativa**, seguido de la **cultural** con un **27%**; en un tercer lugar se encuentran los programas con finalidad de **servicio**, con un **13%**, seguido del educativo con un **8%**, del **institucional**, un **7%** y con un **4%** respectivamente, el **social** y el **informativo**.

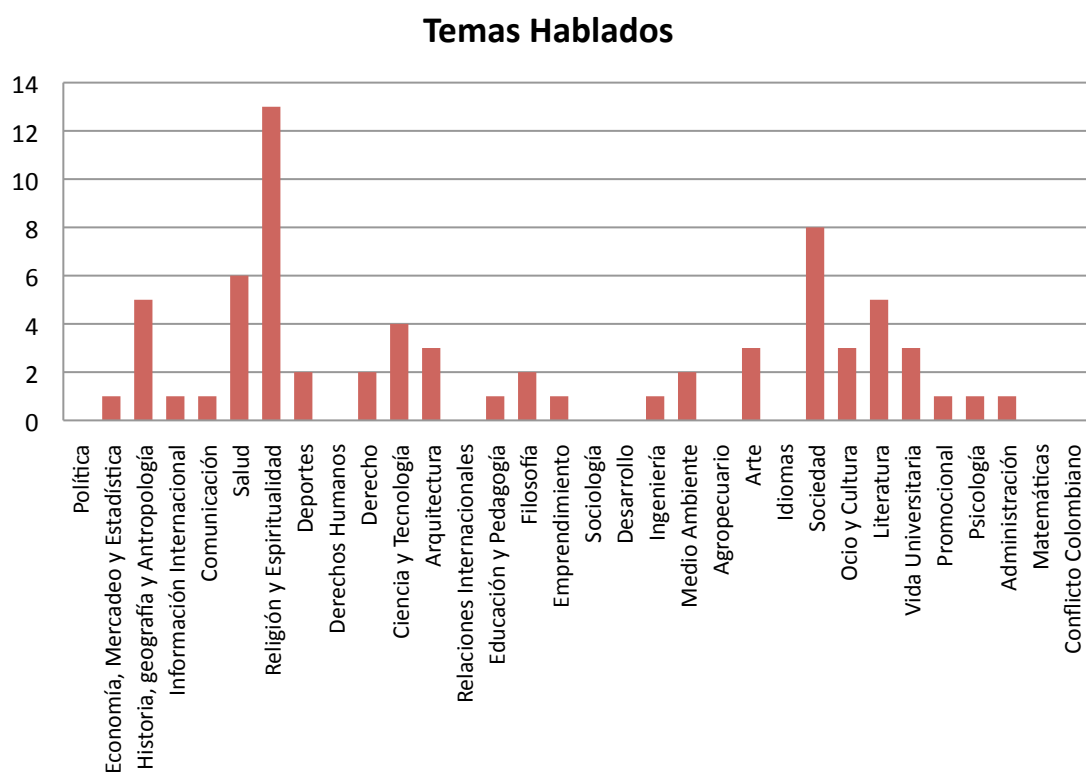
Finalidad del Programa



En cuanto a los géneros musicales, apreciamos que los programas y espacios musicales que más abundan, con un **29%**, son de música **clásica**. Le siguen, con un **16%**, respectivamente, música **colombiana**, del **mundo** y de **compositores**. Con un **6%** se encuentran géneros **religiosos** y **espirituales** y **Pop**. Por último, con un **3%**, **Jazz**.



En cuanto a los temas tratados en los programas hablados, observamos que los contenidos más habituales son de **religión** y espiritualidad, seguido por temas de **sociedad**. En tercer lugar encontramos temas de **salud**. Le siguen literatura, historia, ciencia y tecnología, arquitectura y arte y cultura.



En cuanto a **Radio Católica Metropolitana**, observamos estructura su parrilla de programación en cinco grandes franjas: espiritual, pastoral, educativa, entretenimiento e informativa.¹⁴⁷ Se reparten de la siguiente forma: espiritual de 6 a 7 horas; de 7 a 8 pastoral; de 9 a 10 educación. Entretenimiento, de 10 a 12; espiritual de 12 a 13 horas; entretenimiento de 13 a 14. Pastoral de 14 a 15; espiritual, de 15 a 16; educativa de 16 a 17; entretenimiento de 17 a 18. De 18 a 18:30 espiritual; de 18:30 a 19 franja informativa (informativo Radio Vaticano). De 19 a 20, educativa. De 20 a 24 pastoral.

La emisora cuenta con una producción de 70 programas, de los cuales el 20% son producidos por profesores y estudiantes de la Pontificia Universidad Bolivariana seccional Bucaramanga.

Radio Católica Metropolitana, al ser un convenio entre la Archidiócesis de Bucaramanga y la UPB, no impera la impronta universitaria como sí ocurre en las emisoras de Medellín.

No obstante, los programas producidos por la comunidad universitaria son:

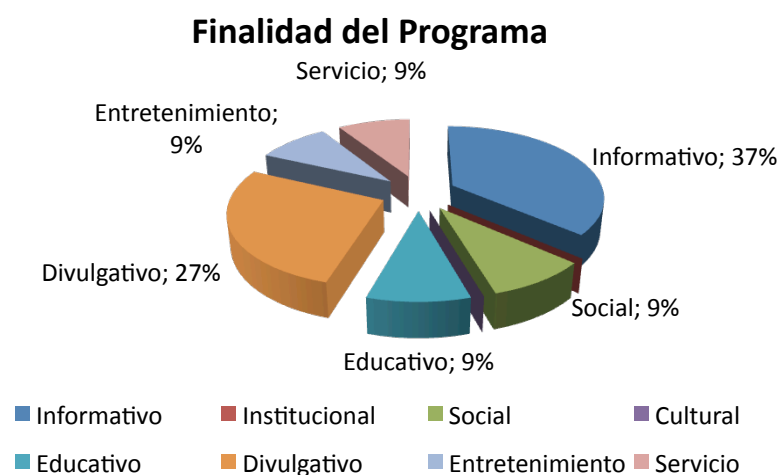
- **Aprendamos Derecho.** Radiorevista a cargo de la Facultad de Derecho, en la que se enseñan de manera sencilla las normas jurídicas, para que la población pueda conocer sus derechos y los haga valer.
- **Bolivarianos en la Radio.** Radiorevista a cargo de la Coordinación de RCM con la colaboración de estudiantes de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo, en la que se informa a la comunidad universitaria y a la audiencia en general a cerca de los eventos realizados dentro del Campus de la UPB.
- **Círculo Deportivo.** Radiorevista a cargo de estudiantes de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo, en la que se dan a conocer los hechos actuales de los diferentes deportes, en el ámbito local, nacional e internacional.
- **Cultópolis.** Radiorevista a cargo de la Coordinación de RCM con el apoyo de estudiantes de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo, que muestra el movimiento cultural de las ciudades en la región y en el mundo.
- **El Factor Humanizante.** Radiorevista a cargo del Departamento de Formación Humanística, que con la colaboración de estudiantes de la Facultad de

¹⁴⁷ Anexo A-PROG-16

Comunicación Social – Periodismo, aluden a aspectos de conducta y raciocinio del ser humano.

- **Empresarios del Futuro.** Espacio de entrevistas a cargo de la estudiante en práctica de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo, por medio del cual se muestran las facetas de los emprendedores de la región.
- **Familia y Vida.** Radiorevista a cargo del Instituto de Familia y Vida de la Universidad Pontificia Bolivariana, que presenta temáticas a manera de consejería para los integrantes del núcleo más importante de la sociedad.
- **Impacto Social.** Programa de reportajes a cargo de la estudiante en práctica de la Facultad de Comunicación Social –Periodismo, que visibiliza problemáticas locales a través de un formato ágil e informativo.
- **Madre Tierra.** Radiorevista a cargo de la Facultad de Ingeniería Ambiental, que propende por el cuidado de los recursos naturales y la toma de conciencia por parte de la ciudadanía.
- **Más Música.** Radiorevista a cargo de una estudiante de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo, que presenta diversos artistas musicales y lo mejor de su obra.
- **Ventana Social.** Radiorevista a cargo del Centro de Proyección Social, que con la colaboración de estudiantes de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo, resalta los buenos proyectos de la región, además de otras temáticas concernientes al desarrollo social.

Radio Católica Metropolitana es una emisora híbrida, conformada por la Pontificia Universidad Bolivariana seccional de Bucaramanga y la Diócesis de Bucaramanga. En relación a la finalidad de los programas producidos por los agentes universitarios, podemos observar que el 37% tienen un carácter informativo, seguido de los espacios divulgativos, con un 27%. En tercer lugar, con un 9%, se encuentran el resto: educativo, social, entretenimiento y servicio.



En cuanto a los temas tratados, apreciamos que los contenidos más tratados son sobre religión y espiritualidad, seguido de contenidos sobre sociedad y ocio y cultura. También encontramos temas de derecho, medio ambiente, desarrollo, psicología, vida universitaria y deportes.



9.1.13.4. Distribución

Radio Cultural Bolivariana AM y FM¹⁴⁸, ambas como licencia de emisión Comercial, tienen mayor desarrollo y planificación en los sistemas de distribución por radiofrecuencia que por Internet. Probablemente se deba al tipo de perfil de audiencia, que tiene más cercanía y accesibilidad mediante los sistemas tradicionales. Web: <http://www.radiobolivarianavirtual.com/> Facebook: <https://www.facebook.com/pages/Radio-Bolivariana/116383208420057>

Radio Frecuencia										
Licencia		Frecuencia	Emisor	Antena	Categoría de Cubrimiento			Área geográfica de Cubrimiento		Satélite
Comercial Comercial	1.110 AM 92.4 FM	Potencia	Altura	Zonal	Zonal Restringido	Local Restringido	Regional AM Subregional FM			-
		10 Kw AM 15 Kw FM	75 mts AM 25 mts FM	B -AM B -FM						
Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación	Winamp	Propio	Externo			Facebook		Sí	
48 Kbps	-			X						

Por su parte, **Radio Católica Metropolitana¹⁴⁹** es una emisora con licencia Comercial, que emite en Amplitud Modulada 1.450 KHz. De forma simultánea emite la señal analógica a través de Internet en la página web www.rcm1450.com. Cuenta con perfil en la redes sociales Facebook <https://www.facebook.com/rcm1450> y Twitter @RCMBucaramanga y cuenta con vídeo en directo y chat.

Radio Frecuencia										
Licencia		Frecuencia	Emisor	Antena	Categoría de Cubrimiento			Área geográfica de Cubrimiento		Satélite
Comercial	1.450 AM	Potencia	Altura	Zonal	Zonal Restringido	Local Restringido	Santander			-
		10 Kw AM			X					
Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación		Propio	Externo			Facebook Twitter		Sí	Sí
	-									

¹⁴⁸ Anexo A-PROT-13

¹⁴⁹ Anexo A-PROT-14

9.1.13.5. Difusión

Radio Cultural Bolivariana maneja dos tipos diferentes de Públicos Objetivos. Uno para F.M. y otro para A.M. **La emisora Cultural Radio Bolivariana A.M. Social Participativa**, al centrarse en temas sobre salud, religión, familia, educación, cultura jurídica, problemática social y música más popular, concentra su audiencia en un público adulto, popular, amas de casa, padres de familia, adultos mayores y cabezas de familia. Por el contrario, la **emisora Cultural Radio Bolivariana F.M. Cultural Recreativa**, centrada en temas musicales cultos, artísticos, historia, filosofía, de reflexión política, teológica y social, se dirige a un público objetivo universitario, ejecutivos, empresarios, etc.

Radio Católica Metropolitama comparte la visión y el Público Objetivo de la AM de la UPC Medellín. Una población rural, popular y creyente, pues su programación hace gran hincapié en contenidos espirituales, pastorales y de entretenimiento. Los contenidos educativos se enfocan en el desarrollo de oportunidades hacia su audiencia.

9.1.14. Universidad Francisco de Paula Santander: UFPS Radio y La UFM Stereo

Fechas de análisis: 23 de mayo de 2014

La Universidad Francisco de Paula Santander (UFPS) nace en 1962¹⁵⁰ con la facultad de Economía. En su fundación, la institución educativa se concibió como un organismo privado, pero en junio de 1970, por Decreto No. 323 de mayo 13 de 1970, se declararía como una Universidad Oficial del Departamento del Norte de Santander.

En julio de 1974, el Consejo Superior de la Universidad Francisco de Paula Santander Cúcuta funda la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, como máxima expresión cultural y patrimonio de la región; como una entidad de carácter oficial seccional, con autonomía administrativa y patrimonio independiente, adscrito al Ministerio de Educación Nacional.

Por tanto, si bien son la misma Universidad, tienen autonomía en su quehacer académico y administrativo.

La UFPS orienta su actividad a la “generación y difusión de conocimientos, por medio de la docencia, la investigación y la extensión, con fundamento en el aprendizaje permanente y la flexibilidad del currículo, con énfasis en su aplicación a la solución de los problemas de su entorno regional y binacional, para fortalecer y promover su desarrollo económico y social; mejorar la calidad de vida de su comunidad; y formar, en este ambiente de compromiso social, egresados altamente cualificados, con competencias técnicas, pensamiento crítico e innovador, sentido de responsabilidad, en un contexto de pluralismo y diversidad cultural.”¹⁵¹ Bajo los valores del Deber, la Virtud, la convivencia y los valores formativos.

Por su parte, la **UFSP Ocaña** es una “institución pública de educación superior, es una comunidad de aprendizaje y autoevaluación en mejoramiento continuo, comprometida con la formación de profesionales idóneos en las áreas del conocimiento, a través de estrategias pedagógicas innovadoras y el uso de las tecnologías; contribuyendo al desarrollo nacional e internacional con pertinencia y responsabilidad social”.

¹⁵¹ Anexo A-EST-14A página 23.

9.1.14.1. Variable Empresarial y Organizativa

La UFPS está conformada por la **rectoría** y **cuatro vicerrectorías** (Académica, Administrativa y Bienestar Universitario). De la Académica se despenden **6 facultades** (Ingeniería, Ciencias Agrarias y del Ambiente, Ciencias Básicas, Ciencias Empresariales, Ciencias de la Salud y Educación, Artes y Humanidades) y dos dependencias educativas (Postgrados y Educación a Distancia).

UFPS Radio tiene como misión ser “un espacio público de comunicación que fomenta y difunde la educación y la cultura, la formación en valores cívicos, la construcción de ciudadanía, la identidad e idiosincrasia local, regional y binacional; así mismo, propiciar el diálogo y la discusión crítica de los asuntos y temas que en estos aspectos interesan a la ciudadanía cucuteña, nortesantandereana y de frontera¹⁵²”.

UFPS Ocaña, por su parte, está conformada por la dirección de la seccional y dos subdirecciones, una administrativa y otra académica. La académica, a su vez, recoge la Facultad de Educación, Artes y Humanidades, la Facultad de Ingeniería, la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, la Facultad de Ciencias Agrarias y del Ambiente y las unidades de postgrados, educación a distancia y educación continua.

En cuanto a su emisora, **La UFM Sterero Ocaña** tienen como misión “ser un puente entre la academia y la comunidad, como laboratorio del plan de estudio de comunicación social, entregando cultura, entretenimiento e información, con un gran aporte a la sociedad y a su vez ser motor de desarrollo integral de sus empleados y estudiantes para que en conjunto se produzca un bienestar social”¹⁵³. Los objetivos que persigue son:

- Desarrollar, coordinar y supervisar las actividades de formación y capacitación a los estudiantes de la universidad francisco de Paula Santander Ocaña.
- Servir de enlace entre la universidad y la comunidad como generadores de desarrollo.
- Hacer efectiva la responsabilidad social en la imparcialidad y la preeminencia del interés general sobre el particular.

¹⁵² <http://ufpsradio952fm.blogspot.com/> Fecha de consulta 2/5/2014

¹⁵³ <http://laufm.ufpso.edu.co> Fecha de consulta 2/5/2014

- Cumplir la misión de agendas públicas con temas de interés colectivo, promover el desarrollo de criterios éticos y culturales.
- Ofrecer alternativas distintas al consumo.
- Promover la calidad del desempeño institucional.
- Elaborar programaciones que impulsen la responsabilidad pública que generen contrapeso al clientelismo que corrompen esfuerzos de investigación para convertirse en fuentes fiables y oportunas de información.
- Promover la convivencia en la diversidad, construir y preservar el patrimonio sonoro de la nación, apreciar cambios profundos sociales y culturales de generaciones pasadas y presentes, valoración y protección del medio ambiente, aspectos generales del interés público.
- Entretener de manera eficiente.
- Ser Fuentes de conocimiento y debate con perspectivas distintas.

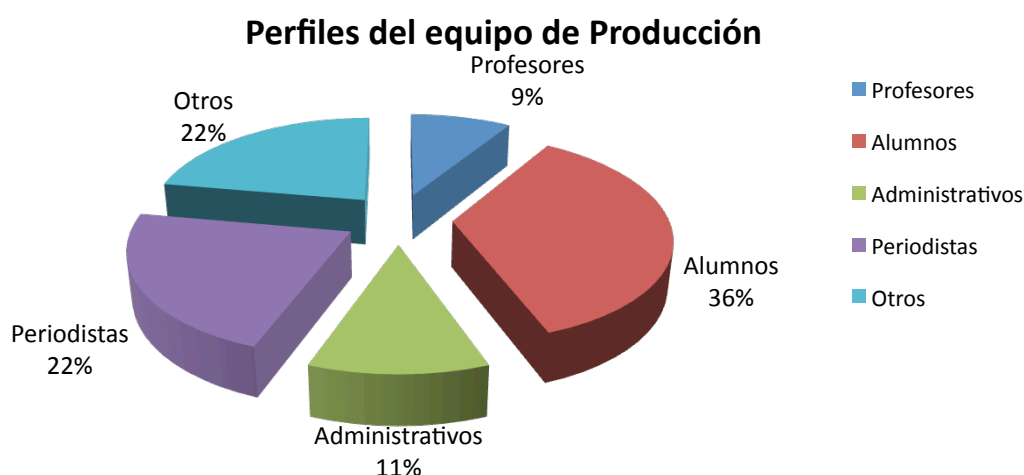
Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad Francisco de Paula Santander		Público	Regional	1	Interés Público
Adscripción	Rectoría	Rector	Héctor Miguel Parra López	Unidad	-
Director Radio	Félix Lozano				
Nombre Emisora	UFSP Radio				
Presupuesto	Institucional				
Objetivo	Formación –Extensión				

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad Francisco de Paula Santander Seccional OCAÑA		Público	Regional	1	Interés Público
Adscripción	Dirección Seccional	Director Seccional	Edgar Antonio Sánchez Ortiz	Unidad	-
Director Radio	Andrea Paola Robles				
Nombre Emisora	UFPS Ocaña				

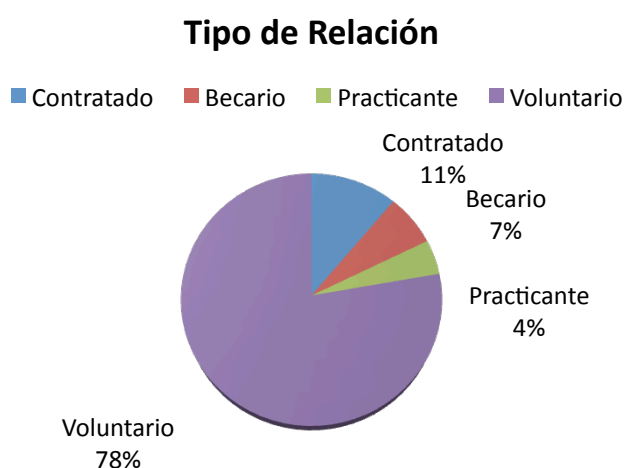
Presupuesto	Institucional
Objetivo	Extensión

9.1.14.2. Productiva

UFPS Radio¹⁵⁴ está conformada por **45 integrantes**, de los cuales el 36% son alumnos, el 22%, periodistas. Con el mismo porcentaje realizadores externos y profesionales, el 11% administrativos y el 9% profesores.



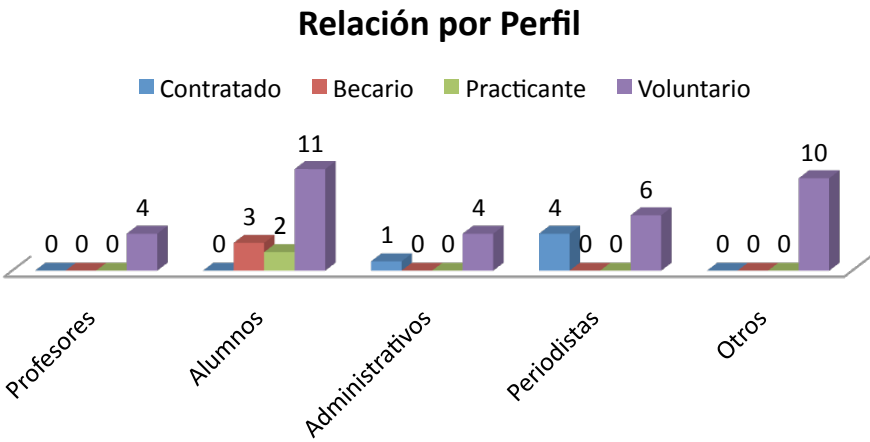
Del total de integrantes, podemos observar que el 78% son voluntarios, el 11% contratados, el 7% becarios y el 5% practicantes.



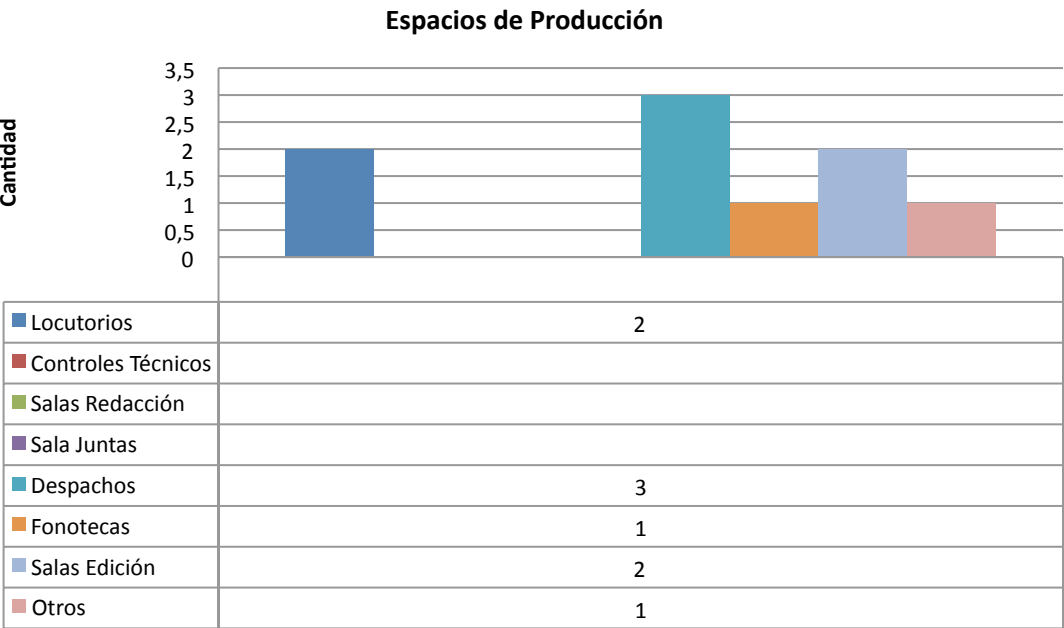
En cuanto al tipo de relación por perfil, que la totalidad de los profesores participan en la emisora de forma voluntaria. De los alumnos, 11 son voluntarios, 3 becarios y 2 practicantes. De los administrativos, 1 es contratado y 4 voluntarios. De los periodistas,

¹⁵⁴ Anexo A-PROT-15

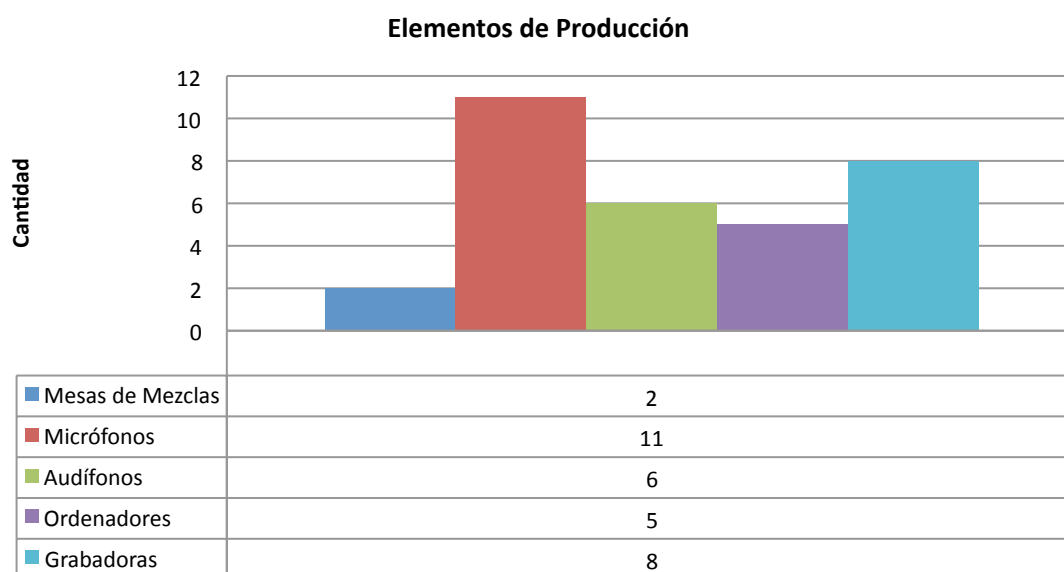
4 son contratados y 6 voluntarios. La totalidad de los realizadores externos con otras profesiones son voluntarios.



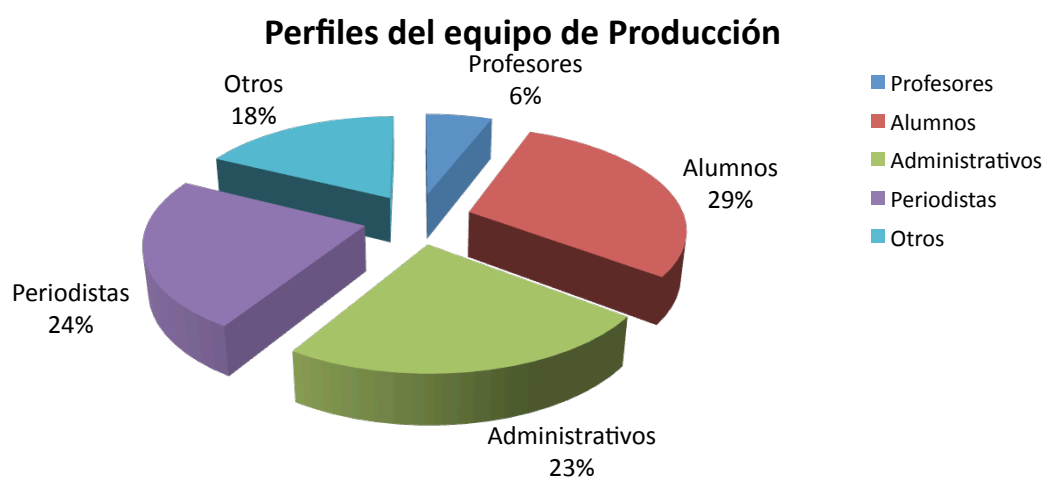
En cuanto a los espacios de producción, recogemos los siguientes datos de UFPS Radio:



En cuanto a los instrumentos técnicos de producción, UFPS Radio dispone de:

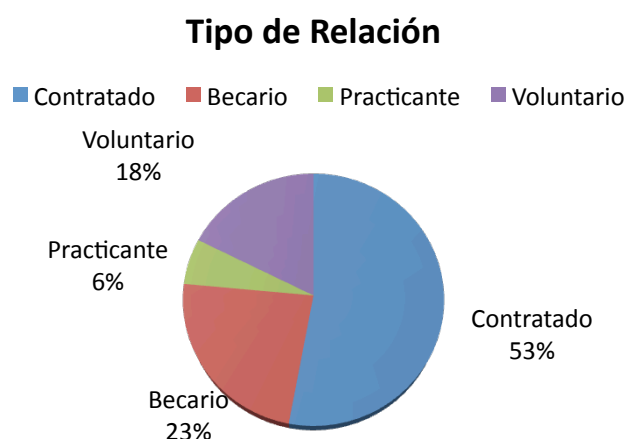


Por parte de **La UFM Stéreo Ocaña¹⁵⁵**, se compone de **17 integrantes**: el **29% alumnos**, el **24% periodistas**, el **23% administrativos**, el **18% externos** y el **6% profesores**.

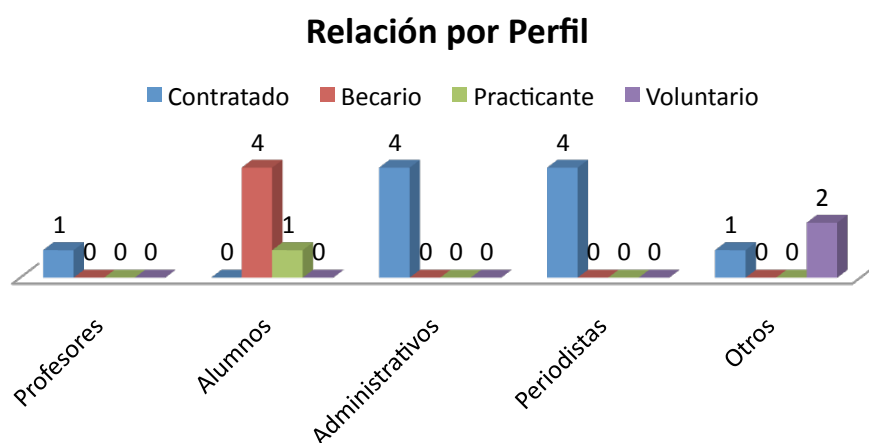


En cuanto al tipo de relación que mantienen con la emisora de radio, vemos que el **53%** son contratados, el **23%** becarios, el **18%** voluntarios y el **6%** practicantes.

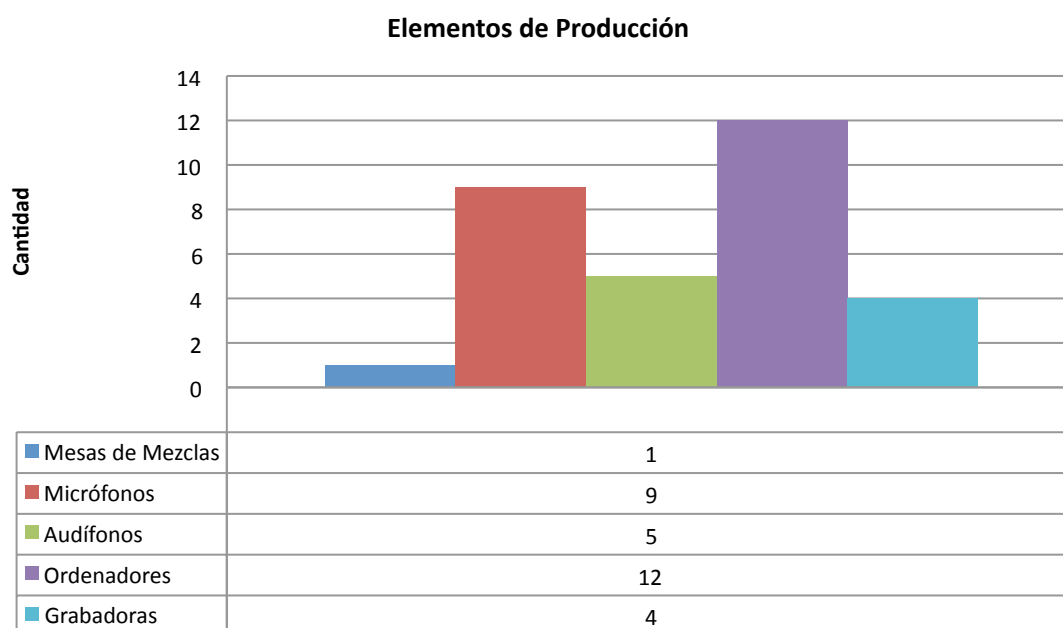
¹⁵⁵ Anexo A-PROT-16



Ahora, el tipo de relación a partir del perfil de los miembros que integran la emisora, vemos que hay un profesor que compagina sus labores docentes con la emisora; 4 alumnos becarios y uno practicante, 4 administrativos y 4 periodistas contratados, 2 realizadores voluntarios y uno contratado.



En cuanto a los elementos de producción, la emisora cuenta con:



9.1.14.3. Programación y Contenidos

La programación de La UFPS¹⁵⁶ tiene una estructura de contenidos para diario y para fin de semana. Tienen una concepción mixta en la que se intercalan franjas semanales con programas temáticos diarios. En la programación de fin de semana se repiten algunos de los programas emitidos durante la semana. La programación se adecua a los ritmos académicos, pues los contenidos se realizan en un gran porcentaje, por las labores de los estudiantes.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Sí	-	-	Sí	Semestral	Sí	Sí

Contenidos de los programas:

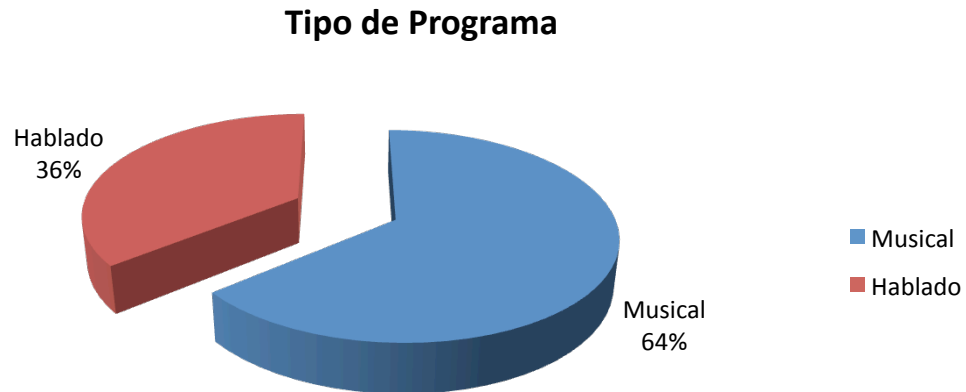
- **Sonidos Macondianos (Lunes a domingo de 6 a 8).** Un programa en el cual se muestra la música autóctona de Colombia, yendo de norte a sur y de oriente a occidente, presentando así la variedad de géneros existentes en nuestro país.
- **Comunicado UFPS (lunes a viernes de 8 a 9).** Programa institucional UFPS en vivo.

¹⁵⁶ Anexo A-PROG-17

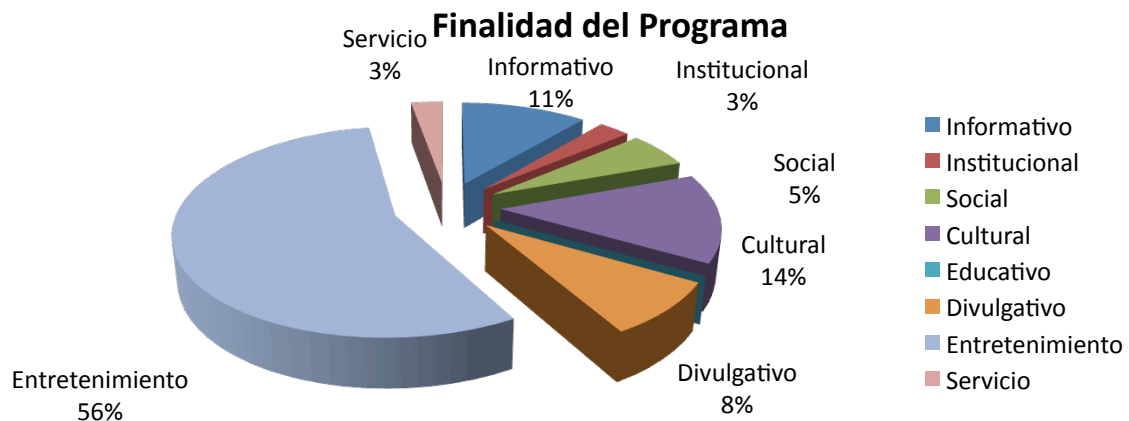
- **Música Mundo (lunes a viernes de 9 a 11).** Música tradicional y fusión del mundo: oriental, latinoamericana, europea, africana, etc.
- **Cuádriga (lunes de 11 a 11:30). Deutsche Welle.** Debates sobre los temas internacionales más destacado de la semana.
- **Migrantes sonoros (martes de 11 a 11:30).** Espacio de intercambio de producción con la Red de Radios Universitarias de Colombia.
- **Rompecabezas (miércoles de 11 a 11:30).** Programa de la Organización de las Naciones Unidas sobre temas de interés mundial.
- **Revoluciones del sonido (jueves de 11 a 11:30).** Música de temática social y protesta.
- **Encuentros UFPS Radio (viernes de 11 a 11:30).** Programa de diálogo con personajes destacados.
- **Boletín actualidad UFPS Radio (lunes a viernes de 12:00 a 12:10).** Comunicado UFPS
- **La hora del relax (lunes a viernes de 12 a 13).** Espacio dedicado a la música hollout, ambiente y new era.
- **Radio Francia Internacional (lunes a viernes de 13 a 14).** Micro espacios producidos por Radio Francia Internacional: información, música, artes, cultura, etc.
- **Espacio clásico (lunes y de miércoles a viernes de 14 a 15).** Programación musical clásica, música académica, opera y demás.
- **Espacio Clásico (martes de 14 a 15).** Transmisión del programa 'Música Maestro' de la Deutsche Welle
- **Diáspora (lunes a viernes de 15 a 15:30).** Viaje a través de la música anglo de los 70'S Y 80'S.
- **Colombia Fusión (lunes a viernes de 15:30 a 16 horas).** Sonidos contemporáneos colombianos.
- **Artistas UFPS Radio (lunes a viernes de 16 a 17).** Lista musical de artistas que suenan en la Ufps radio 95.2 fm.
- **La 95 con segunda (lunes a viernes de 17 a 18).** Programa enfocado en las actividades y encuentros culturales que tienen lugar en la región.
- **Boletín actualidad UFPS Radio (lunes a viernes de 18:00 a 18:10).** Comunicado UFPS
- **Saxo Jazz (lunes a jueves de 18:10 a 19).** Espacio de música Jazz

- **Artistas UFPS Radio (viernes de 18:10 a 19).** Lista musical de artistas que suenan en la Ufps radio 95.2 fm.
- **El Clan Sexual (lunes de 19 a 20).** Un recorrido por la diversidad sexual y social del S.XXI
- **Minuto final (martes de 19 a 20).** Magazín radial dedicado a los deportes.
- **Eva (miércoles de 19 a 20).** Magazín de mujeres para mujeres
- **Letras sin fronteras (jueves 19 a 20).** Magacín literario
- **Future Musica (viernes de 19 a 21).** Espacio de música electrónica
- **Séptimo arte (lunes de 19 a 21).** Magacín sobre cine.
- **Long Play (martes a miércoles de 20 a 21).** Clásicos del rock and roll, blues, R&B, rock, heavy metal, rock en español
- **El orden del caos (jueves de 20 a 21).** Espacio de música metal.
- **Enlace Radio Francia Internacional (lunes a jueves de 21 a 6 horas).**
- **En compañía del recuerdo (sábado y domingo de 8 a 10).** Boleros , tangos y música de los 40' 50' 60' y 70's
- **Espacio clásico (sábado de 10 a 11).** Repetición
- **Revoluciones del sonido (sábado de 10 a 11).** Redifusión
- **Rompecabezas y/o Cuadranga (sábado de 11 a 12).** Redifusión
- **Alma de Colombia (sábado y domingo de 12 a 14).** Música andina colombiana tradicional interpretada en vivo, con repetición los domingos
- **Más que palabras (sábado y domingo de 14 a 15).** Programa de reflexión espiritual con repetición los domingos.
- **Artistas UFPS Radio (sábado y domingo de 15:00 a 16).**
- **Colombia fusión (sábado y domingo de 16 a 16:30).**
- **Música Country (sábado y domingo de 16:30 a 17).** Espacio musical Embajada de EEUU
- **Onda Retro (sábado y dominog de 17 a 19).** Funk, Disco, Retro 80, rock en español, música anglosajona.
- **Ritmos del Caribe (sábados de 19 a 21).** Lista musical de salsa, son, música antillana y más de este género musical
- **Letras sin fronter (domingo de 19 a 20).** Repetición
- **Séptimo arte (domingo de 20 a 21).** Repetición
- **Clásicos UFPS (domingo de 21 a 24).**
- **Artistas UFPS Radio (domingo de 24 a 6 horas).**

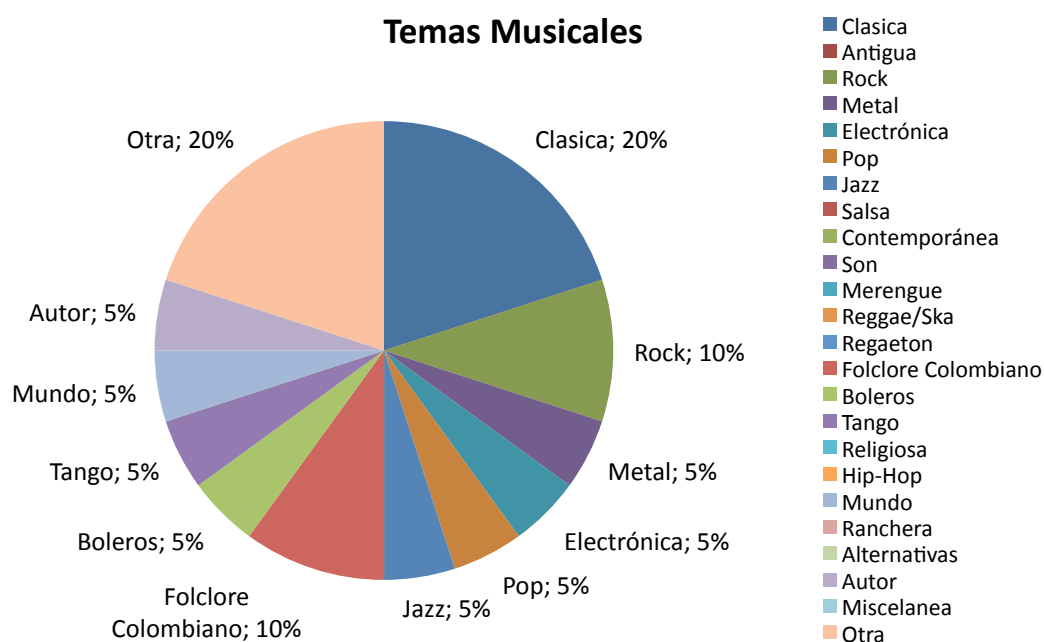
La programación está compuesta por un 65% de programas musicales y un 36% de programas hablados.



En cuanto a la finalidad de los contenidos, vemos que el **53%** de la programación tiene una finalidad de **entretenimiento**, el **14% cultural**, el **11% informativa**, el **8% divulgativa**, el **5% social** y el **3% institucional** y de **servicio**.



En cuanto a los temas musicales, la emisora maneja con un 20% de la programación, música clásica. Con otro 20% música como anglo, chill out, etc. Con un 10% Rock y música colombiana. Y con un 5%, cada una, mundo, tango, boleros, jazz, pop, electrónica y metal.



En cuanto a los temas tratados, apreciamos que los más usuales tienen que ver con el ocio y la cultura. También se tratan temas de actualidad, información internacional, literatura, deportes y espiritualidad.



En cuanto a **La UFPS Ocaña**¹⁵⁷, vemos que tiene una programación mixta en la que se intercalan franjas semanales con programas temáticos diarios. Al igual que UFPS Radio, tiene una programación de fin de semana y de diario.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Sí	Sí	-	Sí	Semestral	Sí	Sí

Los programas de la UFPS Ocaña son:

- **Buenos Días Colombia.** Espacio musical para el despertar diario, con las mejores corrientes musicales de Colombia, tropical, llanero, orquestas, bambuco, porro. De Lunes a viernes de 4 a 7 a.m.
- **Noticias UFM** Espacio de información de los hechos más relevantes de la universidad, Ocaña y la región, empleando géneros informativos, creando espacios de opinión con interacción con los oyentes, de las problemáticas y temas de interés para la comunidad en general. De Lunes a viernes en dos emisiones de 7:00 am a 8:30 a.m. y segunda emisión de 12:00 a 12:30 del mediodía.
- **Franja Institucional.** Espacio donde se da a conocer a toda la comunidad los avances, información, proyectos, investigaciones y todo lo referente a la universidad a través de sus facultades y planes de estudios con programas tales como:
 - **Lunes:** Enlace administrativo y contable – Facultad Ciencias Administrativas y contables
 - **Martes:** Comunicarte radio - Facultad de educación artes y humanidades
 - **Miércoles:** Seguidores del planeta – Facultad Ciencias agrarias y del ambiente
 - **Jueves:** Universidad en línea – Facultad de ingenierías
 - **Viernes:** Bienestar U - Bienestar Universitario
- **La Parada.** Programa dirigido a los jóvenes de la provincia y la región encaminados a fortalecer sus conocimientos a través de secciones atractivas y dinámicas que permita la fácil comprensión de los temas a tratar de cultura, tecnología, música, investigación, información universitaria. De lunes a viernes de 10 a 12 del mediodía.
- **El Relax.** Espacio de música clásica, instrumental, para el descanso de medio día, como en el caso de todas las bellas artes, no solo consigue trascender en la emoción

¹⁵⁷ Anexo A-PROG-18

humana más universal, sino que es capaz de acercar nuestro espíritu a lo sublime, de alejar las presiones del mundo y descansar el alma. De lunes a sábado de 1 a 2 p.m.

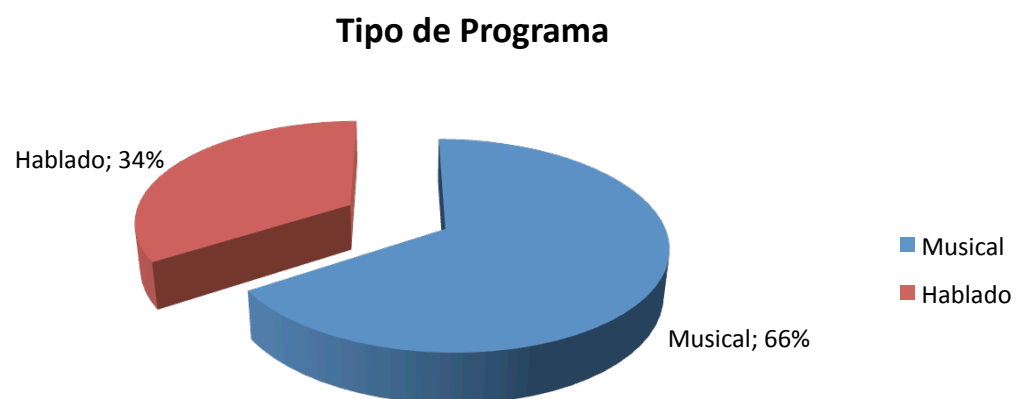
- **La Cabina.** Magacín institucional espacio que aborda temas de interés general tales como historia, actualidad nacional, cultura, cine, tecnología, salud, deportes, eventos, lanzamientos musicales, historia de Ocaña, el acontecer universitario y así mismo un recorrido por nuestra música conociendo a nuestros artistas y compositores ocañeros. De lunes a viernes de 3 a 5 p.m.
- **Retro Hits.** Espacio musical para recordar éxitos de los años 80 y 90 e información de artistas, especiales de la época, lunes a jueves de 5 a 6 p.m.
- **Universidad De La Salsa.** Cita todos los viernes con las voces y artistas más representativos de la salsa, con historia, lanzamientos efemérides y recomendados musicales y todo lo que pasa en el mundo de este género musical. Los viernes de 5 a 7 p.m.
- **El Retorno.** Programa musical pensado para la gente que busca tranquilidad y reposo al final de la tarde, el retorno lo acompaña en su camino a casa. De lunes a jueves de 6 a 8 p.m. y viernes de 7 a 8 p.m.
- **Los Años Maravillosos Del Rock.** Todos los viernes pasó a paso te contamos la historia del rock desde sus inicios de 8 a 9 a de la noche.
- **Baladas De Oro.** Dos horas recordando lo mejor de aquellos años maravillosos de la balada romántico de los 70, 80 y 90, con historia y especiales de los artistas más representativos. Todos los sábados de 8 a 10 de la mañana
- **Los 20 Super Exitos.** Un ranking con Las 20 canciones más sonadas de la semana, noticias de artistas, recomendados musicales todos los sábados de 10 a 11:30 de la mañana.
- **Resumen De Noticias.** Informativo con el resumen de las noticias más importantes y relevantes de la semana, de la universidad, Ocaña y la región todos los sábados de 12 a 12:30 del día
- **La Mochila.** Espacio juvenil con temas variados, música, entretenimiento, concursos e información cultural. Todos los sábados de 3:00 a 5:00 p.m.
- **Folklor Festival.** Los diferentes momentos del Vallenato han dejado referentes que han marcado con sus canciones, letras y voces, lo que se puede definir como corrientes del género. Este espacio musical resalta a los juglares y aquellas letras que han marcado la historia de uno de los géneros musicales más representativo de Colombia, todos los sábados de 5 a 6 p.m.

- **Serenata Colombiana.** Espacio musical que permite apreciar el esplendor y la riqueza de las expresiones musicales interpretadas por los máximos exponentes del folclore colombiano, historia de las interpretaciones, todos los domingos a partir de las 7 p.m.
- **Colombia Andina – Treinta Minutos Con El Mono.** Un espacio donde resaltamos a los grandes compositores e intérpretes de la música andina colombiana, basados en El Festival del “Mono Núñez”, que convirtió a la pequeña población de Ginebra, en el Valle del Cauca, en el más puro escenario para participar y escuchar lo mejor de la música andina colombiana, esa música que nacida en las montañas, invade cada año, durante cuatro noches y cuatro mañanas y tardes, las calles y todos los rincones de este hermoso paraíso Valluno, para enredarse en sus balcones coloniales y en sus viejas casonas y anidarse en los cuerpos y en las almas de sus 8.000 habitantes. Todos los domingos de 11:30 a.m. a 12.00 del mediodía.
- **Orquestas que Hicieron Historia.** Orquestas y conjuntos que hicieron historia, el sabor tropical del Caribe para recordar tiempos maravillosos del ayer. Todos los domingos de 1 a 2 p.m.
- **Boleros.** Espacio musical que resalta al Bolero como género que mejor enseña el romanticismo del pueblo latinoamericano. Sea para el amor o el desamor, el bolero sirve para expresar sentimientos con exactitud. Todos los domingos de 6 a 7 de la tarde.
- **Noticias UFM.** Redifusión.
- **Programación UFM.** Programación musical, éxitos pop latino y anglo, en los siguientes horarios:
 - Lunes a viernes: 8:00 p.m. a 12.00 p.m. y 1:45 a.m. a 4:00 a.m.
 - Sábado: 7:00 a.m. a 8 a.m., 2:00 a 3:00 p.m., 6 p.m. a 6:00 a.m.
 - Domingos: 1 a 6 p.m. y 8:00 p.m. a 4 a.m.
- **Éxitos románticos.** Música suave para comenzar la mañana, con los mejores éxitos románticos. Lunes a viernes de 8:45 a.m. a 10:00 a.m.
- **Éxitos POP Latino.** Los Éxitos que suenan a nivel nacional, los más pedidos por los oyentes. Lunes a viernes de 4:00 pm a 5:00 pm
- **Corazón Llano Adentro.** Un espacio en el que el joropo, la música que identifica los llanos colombo-venezolanos, se vuelve una excusa para viajar por la cultura

llanera. Un programa realizado por la UN Radio (Universidad Nacional) y transmitido por La UFM estéreo. Los domingos a las 6:00 am

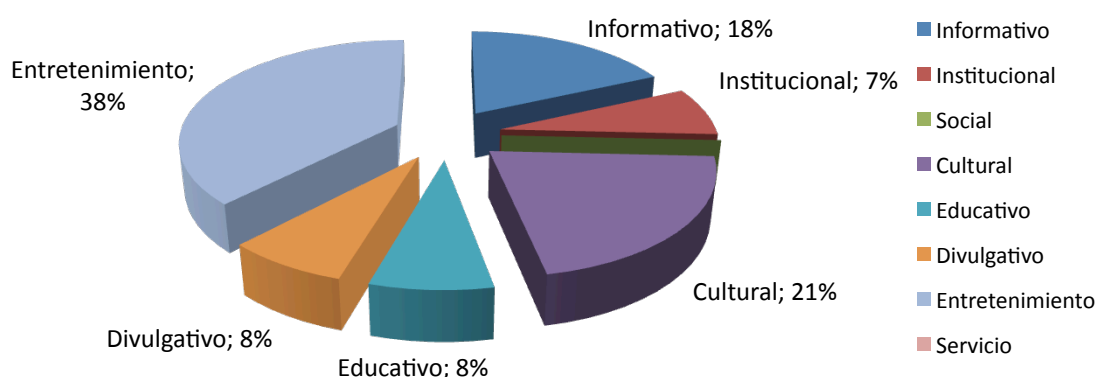
- **Buenos Aires, Vos y yo.** Frases, pasos y acordes que llegan directamente del arrabal al corazón. El tango entendido como fenómeno, datos y sentimientos de un mismo género., todos los domingos de 7 a 8 pm Programa producido por la Universidad de Medellín y transmitido por La UFM Ocaña
- **Noticias Internacionales VOA.** Buenos días América es un programa informativo diario de media hora dirigido a nuestra audiencia en América Latina, convenio con la Voz de América, retransmitido de lunes a viernes a las 12:30 del mediodía.

La programación de UFM Stereo Ocaña está compuesta por un 66% de espacios musicales y de un 34% de hablados.



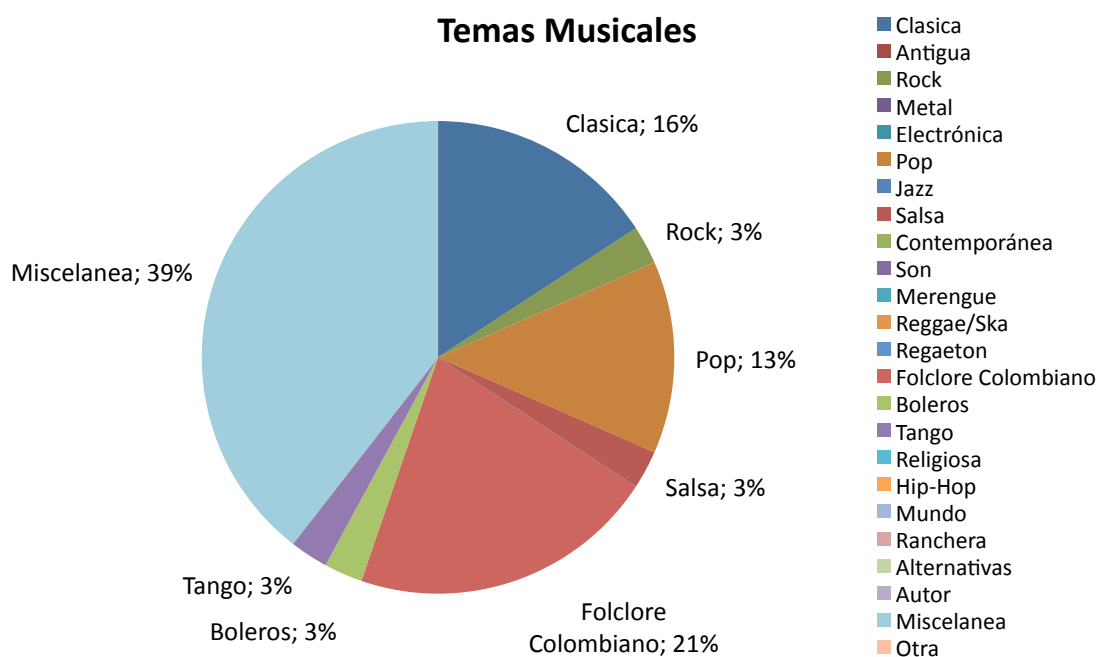
En cuanto a la finalidad de los programas, podemos observar que los espacios tienen una distribución equilibrada respecto a otras emisoras. El **38%** de los contenidos tienen una finalidad de **entretenimiento**; el **21%** es **cultural**; el **18%** **informativo**; con un **8%** cada una, **divulgativo** y **educativo**; e **institucional**, por su parte, un **7%** de peso.

Finalidad del Programa

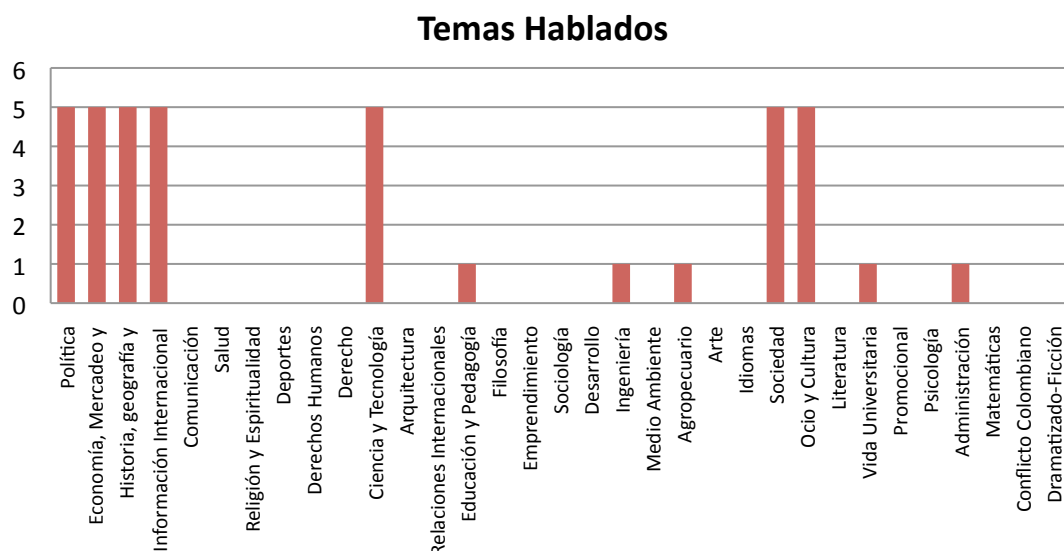


En cuanto a los estilos musicales, la UFM Stereo Ocaña programa los siguientes géneros y temas: con un **39%** listas de reproducción de diferentes géneros como el **Pop Latino y Anglo**; con un **21%** **folclore colombiano**; con un **16%** **música clásica**; con un **13%** **POP**; y, con un **3%** cada una, **Rock, Salsa, Boleros y Tango**.

Temas Musicales



Los contenidos de los programas están conformados por temas de actualidad informativa: política, economía y sociedad local y regional; tecnología, cultura y ciencia en el programa educativo juvenil, y ocio y cultura en general. Los espacios divulgativos de las facultades con temas de educación, administración, ingeniería, agronomía y vida universitaria.



9.1.14.4. Distribución

UFPS Radio 95.2¹⁵⁸ emite con licencia de Interés a través de Frecuencia Modulada, con una potencia de 5Kw, con una categoría de cubrimiento Zonal Restringida clase C. De forma paralela retransmite su señal analógica por Internet, a través de la página web <http://www.ufps.edu.co/radio/> Cuenta con perfil en las redes sociales Facebook <https://www.facebook.com/pages/UFPS-RADIO/23274124820>, Twitter @ufpsradio y youtube <https://www.youtube.com/user/UFPSradio>. Cuenta con servicio de Podcast.

Radio Frecuencia										
Licencia		Frecuencia	Emisor	Antena	Categoría de Cubrimiento			Área geográfica de Cubrimiento		Satélite
Interés Público		F.M. 95.2 MHz	Potencia	Altura	Zonal	Zonal Restringido	Local Restringido	Cúcuta y área metropolitana		
			5 Kw			C				
Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación		Propio	Externo		Sí	Facebook Twitter		Sí	No
				X						

La UFM Sterero 95.2¹⁵⁹ también emite con licencia de Interés Público a través de la Frecuencia Modulada, con una potencia de 5Kw y categoría Zonal Renstringido case C. Cuenta con una plataforma web mucho más desarrollada con información de la emisora

¹⁵⁸ Anexo A-PROT-15

¹⁵⁹ Anexo A-PROT-16

y los programas <http://laufm.ufpso.edu.co/> Tiene perfil en Twitter @laufmradio y en Facebook <https://www.facebook.com/laUfm95.2>.

Radio Frecuencia										
Licencia		Frecuencia	Emisor	Antena	Categoría de Cubrimiento			Área geográfica de Cubrimiento	Satélite	
Interés Público		F.M. 95.2 MHz	Potencia	Altura	Zonal	Zonal Restringido	Local Restringido	Ocaña y provincia sur del Cesar y Bolivar	-	
			5 Kw	27 metros		C				
Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación		Propio	Externo	Real Audio	Sí	Facebook Twitter	No	Sí	No
			X							

9.1.14.5. Difusión

A partir del análisis de los objetivos de la Universidad de Francisco Paula Santander y la Seccional de Ocaña, podemos determinar que aún siendo la misma universidad, tienen independencia administrativa, y eso se ve en la concepción de cada emisora y su organización interna.

En ambos casos articulan una dimensión formativa, con los alumnos de los programas de comunicación, con una visión de extensión cultural en su función mediática. De la misma forma, mantienen una programación muy local. En el caso de la emisora de la Seccional de Ocaña tienen una estética más juvenil en su música y en los contenidos de algunos de los programas.

Por tanto, UFPS Radio tiene un potencial Público Objetivo joven y adulto con gustos de música variados, con interés en contenidos culturales y universitarios. Por su parte, La UFM Stereo maneja un perfil más juvenil en sus contenidos y estilo musical, pero algo más adulto y local en los programas informativos.

9.1.15. Universidad de Antioquia: Red Radios Culturales y Altair

Fechas de análisis: 5 de junio de 2013

La Universidad de Antioquia es una institución de educación superior de carácter Público y departamental, situada en Medellín, fundada como colegio Franciscano en 1803. A lo largo de los años, y de los diversos acontecimientos ocurridos durante el periodo de independencia y república, la institución adquiriría diferentes denominaciones (Colegio de Antioquia, Colegio de Académico y Colegio Provincial de Medellín). En 1871 se denominaría Universidad de Antioquia.

La Universidad de Antioquia, a partir de su “carácter transformador”, influye en todos “los sectores sociales mediante actividades de investigación, de docencia y de extensión. La investigación y la docencia constituyen los ejes de la vida académica de la Universidad y ambas se articulan con la extensión para lograr objetivos institucionales de carácter académico o social”¹⁶⁰.

Los ejes misionales de la universidad son : “**La investigación**, fuente del saber, generadora y soporte del ejercicio docente, es parte del currículo. Tiene como finalidad la generación y comprobación de conocimientos, orientados al desarrollo de la ciencia, de los saberes y de la técnica, y la producción y adaptación de tecnología, para la búsqueda de soluciones a los problemas de la región y del país. **La docencia**, fundamentada en la investigación, permite formar a los estudiantes en los campos disciplinarios y profesionales de su elección, mediante el desarrollo de programas curriculares y el uso de métodos pedagógicos que faciliten el logro de los fines éticos y académicos de la Universidad. Por su carácter difusivo y formativo la docencia tiene una función social que determina para el profesor responsabilidades científicas y morales frente a sus estudiantes, a la Institución y a la sociedad. **La extensión** expresa la relación permanente y directa que la Universidad tiene con la sociedad, opera en el doble sentido de proyección de la Institución en la sociedad y de ésta en aquella; se realiza por medio de procesos y programas de interacción con diversos sectores y actores sociales, expresados en actividades artísticas, científicas, técnicas y tecnológicas, de consultorías, asesorías e interventorías, y de programas destinados a la difusión de las artes, los conocimientos y al intercambio de experiencias y de apoyo financiero a la tarea universitaria. Incluye los programas de educación permanente y

¹⁶⁰ Anexo A-EST-16

demás actividades tendientes a procurar el bienestar general. Así la Institución cumple una de sus funciones principales; para ello, sus egresados, como expresión viva y actuante de la Universidad en la sociedad, juegan un papel central. La Universidad asimila las diversas producciones culturales y hace de las necesidades sociales objeto de la cátedra y de la investigación; la sociedad, a su vez, participa en la producción universitaria y se beneficia de ella”¹⁶¹.

Como objetivos, UdeA persigue¹⁶²:

- Crear, desarrollar, conservar, transmitir y utilizar el conocimiento para solucionar con independencia los problemas y necesidades locales, regionales y nacionales.
- Formar integralmente a los estudiantes sobre bases científicas, éticas y humanísticas. Capacitarlos para el trabajo autónomo y en equipo, para el libre desarrollo de la personalidad, para cumplir responsablemente las funciones profesionales, investigativas, artísticas y de servicio social que requieren la región y el país, y para liderar creativamente procesos de cambio.
- Desarrollar la sensibilidad hacia las artes y la cultura, y el aprecio por el trabajo y los valores históricos y sociales de la comunidad.
- Liderar el desarrollo científico, técnico, tecnológico, artístico, económico y político, y ser paradigma ético en la región y en el país.
- Cooperar con las otras instituciones educativas del país en el diagnóstico y mejoramiento de los procesos de investigación, de docencia y de extensión.
- Contribuir al mejoramiento de la calidad de los niveles precedentes de la educación, formales o no, mediante procesos de investigación, actualización y profesionalización.
- Apoyar los procesos de acercamiento, coordinación y acción conjunta con otras naciones y sociedades.
- Formar y consolidar comunidades académicas capaces de articularse con sus homólogas nacionales e internacionales.

¹⁶¹ Artículos 14 y 15 Estatuto general, Acuerdo Superior 1 del 1 de marzo de 1994

¹⁶² Anexo A-EST-16

- Impulsar por medio de acciones investigativas, docentes y de extensión, la preservación y racional utilización del medio ambiente y fomentar la consolidación de una adecuada cultura ecológica.
- Promover el conocimiento, la investigación y la difusión del patrimonio cultural de la región y del país; y contribuir a su enriquecimiento, conservación y defensa.
- Propiciar el desarrollo investigativo del país y su integración con las corrientes científicas mundiales.
- Desarrollar e implantar métodos pedagógicos que fomenten el razonamiento, el pensamiento crítico y creativo, y que propicien hábitos de disciplina y de trabajo productivo.
- Adelantar programas y proyectos orientados a impulsar el desarrollo de un espíritu empresarial con clara conciencia de su responsabilidad social, tanto en el sector público como en el privado.
- Evaluar de manera continua los múltiples elementos de la vida académica y administrativa, teniendo en cuenta el interés social, los objetivos de planeación regional y nacional, y la pertinencia científica y pedagógica de los diversos programas.
- Fortalecer y mantener actualizada la gestión institucional.
- Generar y difundir una cultura de respeto por los derechos humanos mediante la adopción de actitudes y prácticas que favorezcan la formación y el progreso de la sociedad civil.
- Difundir información científica, tecnológica, literaria y artística, mediante el uso de los distintos medios de comunicación.

9.1.15.1. Variable Empresarial y Organizativa

La Universidad de Antioquia (UdeA) se organiza a partir de conceptos de autonomía universitaria. Está estructurada de la siguiente forma:



Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad de Antioquia		Público	Regional	8	Interés Público
Adscripción	Secretaría General	Rector	Alberto Uribe Correa	Unidad	Departamento de Emisora Cultural
Director Radio	Beatriz Mejía				
Nombre Emisora	Sistema de Emisoras Culturales – Radio Cultural Universidad de Antioquia				
Presupuesto	Financiación Interna				
Objetivo	Extensión – Cultural y Educativa				

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad de Antioquia		Público	-	1	No Amplica
Adscripción	Facultad de Comunicación	Rector	Alberto Uribe Correa	Unidad	Laboratorio
Director Radio	Natalia Restrepo				
Nombre Emisora	Altair				
Presupuesto	Financiación Interna				
Objetivo	Formativa – Experimental				

9.1.15.2. Productiva

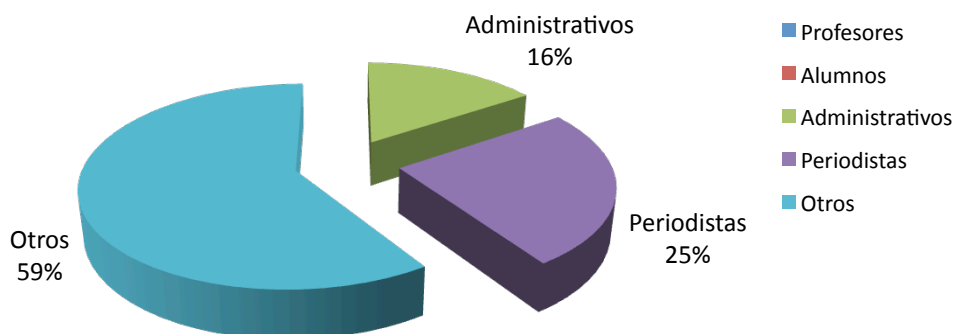
El **Sistema de Emisoras Educativas**¹⁶⁵ está conformado por 32 integrantes, de los cuales el 25% son periodistas, el 16% administrativo y el 59% tienen otros perfiles laborales.

El proceso de recolección de información ha sido complejo: desde el hecho de contar con emisoras en diferentes áreas del Departamento de Antioquia, hasta la falta de

¹⁶⁵ Anexo A-PROT-17AyB

actualización de todos los colaboradores que tiene el Sistema de Emisoras Educativas, o el desconocimiento de la información. Por tanto, desde la dirección del Departamento de Emisoras, únicamente han facilitado los datos del personal de planta de las emisoras.

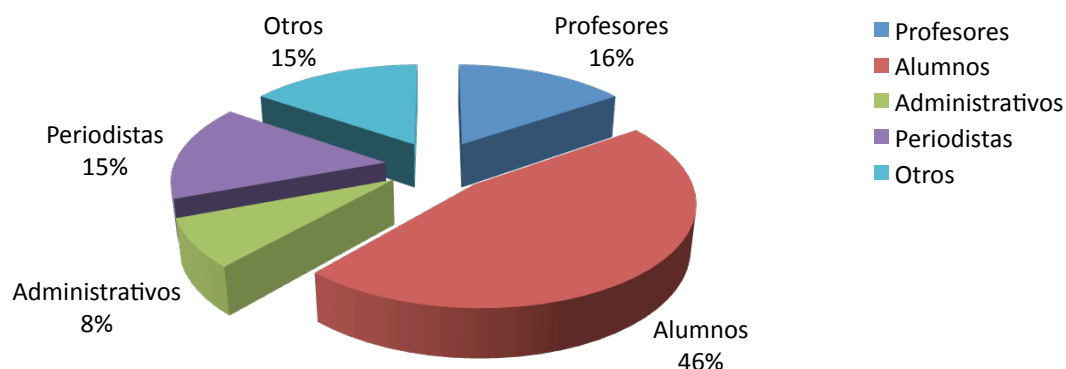
Perfiles del equipo de Producción



Por parte de Altair¹⁶⁶, nos hemos encontrado con otras dificultades, como el cambio de coordinación de la emisora. Durante el trabajo de campo nos entrevistamos con Natalia Restrepo, pero al tiempo dejó el cargo de dirección. Por tanto, la información solicitada es incompleta.

Altair está conformada por 8 integrantes, de los cuales, el **46%** son **alumnos**, el **16%** **profesores**, el **15%** **periodistas** y **realizadores externos**, y el **8%** **administrativos**.

Perfiles del equipo de Producción



¹⁶⁶ Anexo A-PROT-18AyB

9.1.15.3. Programación y Contenidos

El Sistema de Emisoras Educativas de la Universidad de Antioquia contempla dos programaciones: una específica para la ciudad de Medellín¹⁶⁷, y otra general para la Turbo, Cauca, Puerto Berrío, Andrés, Santa Fe de Antioquia, Carmen de Viboral y Medellín¹⁶⁸.

La específica para la ciudad de Medellín contempla una programación de lunes a viernes y una de fin de semana. Ésta se estructura mediante franjas semanales. La programación general, por el contrario, es mixta, en la que se intercalan franjas semanales con bloques programáticos.

La programación se elabora en un comité de programación. Para el caso de la programación general, que se emite en por las diferentes ciudades de Antioquia, se llevó a cabo un trabajo de investigación cualitativa, en el que por medio de grupos focales entablaron un diálogo con las diferentes comunidades para determinar la pertinencia de la radios universitaria en sus contextos. De ahí concibieron la actual programación.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Sí	Sí	No	Sí	Fija	Sí	Sí

- **Alma Mater.** Noticiero universitario y cultural con participación en directo desde 7 subregiones de Antioquia. Lunes a viernes 7 a.m. Realización Emisora Cultural Universidad de Antioquia.
- **El Laboratorio.** Un experimento radial de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la Universidad de Antioquia. Diálogos amenos y divertidos sobre ciencia, tecnología y los fenómenos naturales. Lunes 8:30 a.m. Realización Facultad de Ciencias Exactas y Naturales.
- **Encuentros Con La Naturaleza** Un programa para la educación, promoción y divulgación de la cultura ambiental. Martes; 8:30 a.m. Realización: Escuela de Microbiología de la Universidad de Antioquia.
- **Punto de Encuentro.** Lugar donde confluyen la cultura, las artes, la antropología, la ciencia, la historia, los museos y la investigación. Miércoles 8:30 a.m. Realización: Museo de la Universidad de Antioquia

¹⁶⁷ Anexo A-PROG-19AyB

¹⁶⁸ Anexo A-PROG-20

- **Pasaporte Antioquia.** Un recorrido radial por las regiones de nuestro departamento. Patrimonio, turismo, cultura, entretenimiento. Un espacio para conocer la variedad cultural y social que posee Antioquia. Lunes a viernes 9:00 a.m. Realización Emisora Cultural Universidad de Antioquia.
- **Radioconsultorios.** Profesionales de la Universidad de Antioquia responden las inquietudes de los oyentes y se brinda orientación especializada en diversos temas. Cada día de la semana un consultorio diferente: Odontología, Química Farmacéutica, Educación, microbiología, Salud Pública, Derecho, Medicina, Nutrición y Ciencias Agrarias. De lunes a viernes 10 a.m. y 4 p.m. Realización Emisora Cultural y Facultades escuelas e institutos de la Universidad de Antioquia
- **Aluna.** Encuentro semanal con la literatura. Música y lectura de obras literarias. Martes 11 a.m. Realizadora: Marga López.
- **El Café De Las Sabinas.** Promoción y defensa de los derechos de la mujer. Miércoles 11 a.m. Realización: Corporación Vamos Mujer.
- **Bocanada.** Música, poesía y expresión cultural. Viernes 11 a.m.
- **Armonía.** La música es universal. Aquí se dan cita los más diversos géneros musicales del planeta: jazz, nueva era, pop, rock y músicas del mundo. Lunes a viernes 11:30 a.m. y 7:30 p.m. Realización Emisora Cultural Universidad de Antioquia.
- **Mesa Regional.** Espacio para tratar temas de actualidad desde las subregiones del departamento de Antioquia. Lunes a viernes 12 m. Realización Emisora Cultural Universidad de Antioquia.
- **De La Urbe.** Programa periodístico con temas de actualidad tratados por estudiantes de periodismo de Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia. Lunes a sábado 12:30 p.m. Realización profesores y Estudiantes del Pregrado de Periodismo de la Facultad de Comunicaciones Universidad de Antioquia.
- **Cantares.** Voces y grupos de la canción iberoamericana están presentes para evocar su trayectoria y sus canciones. Lunes a viernes 1 p.m. Realización Emisora Cultural Universidad de Antioquia.
- **Color Local.** Radio revista con Información y entretenimiento de índole regional. Cada una de las emisoras transmite localmente para su región

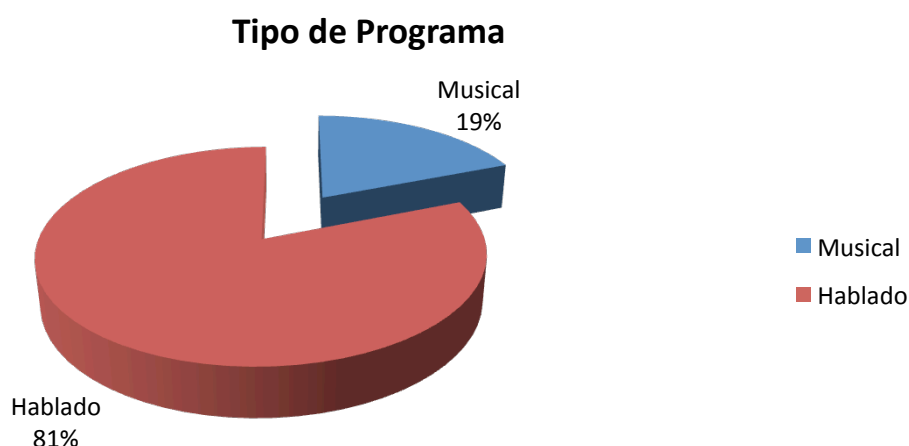
respectiva. Lunes a viernes 2 p.m. Realización Emisora Cultural Universidad de Antioquia.

- **Conexión Antioquia.** Radio revista con temas regionales y la participación de las 7 emisoras del Sistema de Radio Educativa. Lunes a viernes 3 p.m. Realización Emisora Cultural Universidad de Antioquia.
- **Red Cinco Siete.** Noticias, opinión y análisis de los temas de actualidad del mundo, Colombia y el departamento. Lunes a viernes 5 p.m. Realización Emisora Cultural Universidad de Antioquia.
- **Angulo Deportivo.** Actualidad del mundo del deporte y sus protagonistas vistos desde una perspectiva universitaria. Lunes a jueves 7 p.m. Estudiantes de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia.
- **Una Voz Y Un Acordeón.** Espacio dedicado a divulgar la cultura vallenata y sus intérpretes más destacados. Viernes de 7 p.m. Marina Quintero
- **Saberes Para Contar.** Un espacio para hablar de los temas de investigación que realiza el Instituto de Estudios Regionales INER. Lunes 8 p.m. Realización: INER Instituto de Estudios Regionales de la Universidad de Antioquia.
- **Voces Ciudadanas.** Programa para la formación y educación en derechos económicos, sociales, civiles y políticos. Martes 8 p.m. Ramiro Giraldo.
- **El Hilo De Ariadna.** El vasto mundo de las letras esta en este espacio dedicado a la literatura. Miércoles de 8 p.m. Realizador: Juan Andrés Álvarez.
- **La Fuerza De Los Argumentos.** Programa de la Rectoría de la Universidad de Antioquia que busca aportar a la cualificación de la opinión pública en Colombia. Jueves 8 p.m. Rectoría de la Universidad de Antioquia.
- **Fuera De Serie.** Narraciones, documentales, biografías, historias y cuentos. Programa para volver a escuchar las grandes producciones de la radio que hacen parte de nuestra fonoteca. Lunes a jueves 9 p.m. Realización Emisora Cultural Universidad de Antioquia.
- **Sin Límites.** Espacio educativo para dar a conocer aspectos relativos a las personas con limitaciones físicas y sensoriales. Miércoles 9:30 p.m. Realizador: Rubén Montoya.
- **Ambiente Y Ecologismos.** Programa dedicado a la realidad ambiental. Biodiversidad, espacio público, paisaje. Sábados 8 a.m. Realización: Corporación Académica Ambiental de la Universidad de Antioquia.

- **La Voz Del Deporte Antioqueño.** Cada semana un resumen con los hechos más destacados del deporte regional y las voces de los protagonistas. Sábados a las 8:30 a.m. Realización: Indeportes Antioquia.
- **Sábado Por La Mañana.** Radio revista para hablar sobre temas de actualidad. Sábados 9 a.m. Realización: Eugenio Orozco y Wilfer Vergara.
- **Zoom Al Mundo.** Programa de análisis y debate académico de la actualidad de la política internacional. Sábados 10 a.m. Realización de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad de Antioquia.
- **Coloquio Ambiental.** Una tribuna para compartir saberes y aunar voluntades. Espacio para discutir y analizar la realidad ambiental. Sábados 11 a.m. Realización: Facultad de Ingeniería y Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad de Antioquia.
- **Contrapunto.** El contraste de las ideas. Programa para tomarle el pulso a los temas que le importan a las regiones. Sábados 1 p.m. Realización; Emisora Cultural Universidad de Antioquia.
- **Haga La U.** Espacio dedicado a difundir las distintas tendencias de la música y la escena local. Sábados 2 p.m. Realización: Santiago Arango.
- **Agenda Economica.** Las noticias económicas de la semana son comentadas y analizadas e este programa. Domingos de 9 a.m. Realizador: José Fernando Gil.
- **Voces De Color Y Música.** Charlas sobre arte y cultura con artistas y creadores. Domingos de 9 a.m. Realización Instituto de Bellas Artes.
- **Historias De La Ciencia.** Programa educativo para explicar los fenómenos de la naturaleza. Domingos 10 a.m. Realización de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la Universidad de Antioquia.
- **Viva Palabra.** Espacio dedicado a cuentos y cuenteros. Domingos 10 a.m. Realización: Corporación Viva Palabra.
- **Pódium Neerlandés.** Programa producido por Radi Nederland de música clásica.
- **Horizontes.** Encuentro con el arte y la cultura. Radio revista que da un vistazo al acontecer artístico y cultural de la ciudad. Domingos 11 de la mañana. Realización: Facultad de Artes de la U de A.
- **Suena Colombia.** Todas las manifestaciones de nuestras músicas nacionales.
- **Al Compás De Los Recuerdos.** Un enfoque profesional del cancionero de antaño. Domingos 12 m. Realización: Gustavo Escobar Vélez.

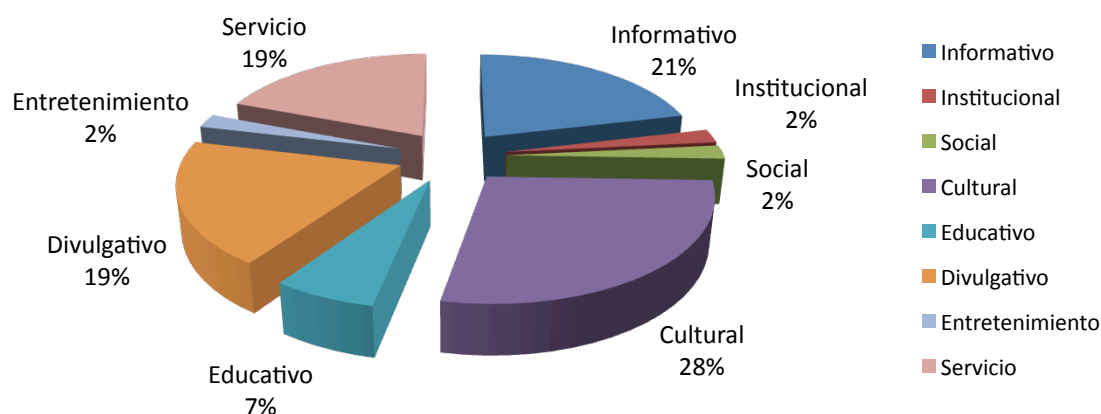
- **Concierto Caribe.** Son, guacharaca, bomba, guaguancó, bolero, cha-cha-chá, calypso, salsa, cumbia, porro, merecumbé., etc. Toda la gama rítmica del Caribe encuentra su momento en este programa, que incluye comentarios socio-históricos, anécdotas y el pensamiento de sus más connotados representantes
- **Academia Del Tango.** Comentarios, música, historias y biografías de los intérpretes de la canción ciudadana. Domingos 1 p.m. Realización: Corporación Academia del Tango.
- **Nuestra Música.** Charlas y música con cultores de música colombiana. Domingos 6 p.m. Realizador: Vladimir Tobón.

Podemos observar que la producción de programas hablados en el Sistema de Radio Educativa de la Universidad de Antioquia, compuesto por las FM regionales y la AM, es mayoritaria en programas Hablados que en musicales. El primero representa un 81%, y el segundo un 19%.



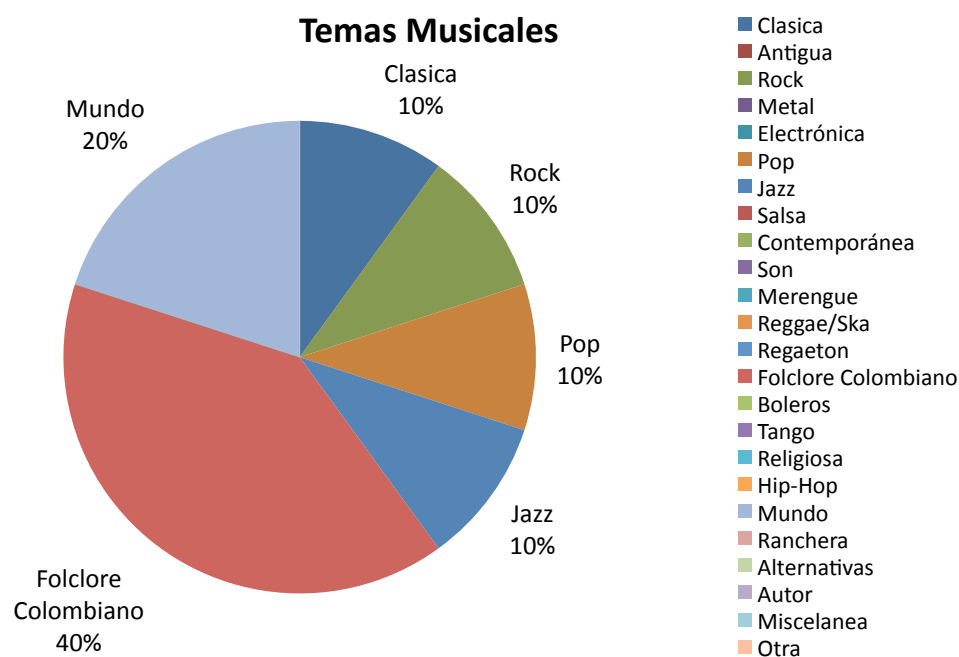
En cuanto a la finalidad de los contenidos, podemos observar que la programación un reparto equitativo entre los contenidos. Con un **28%** de peso, encontramos espacios **culturales**, seguidos de programas de carácter **informativo**, con un **21%**. Les siguen **Divulgativos** y de **Servicio**, con un **19%** respectivamente. Con un **7%** **educativos** y, con un **2%** cada uno, **institucional**, **social** y de **entretenimiento**.

Finalidad del Programa

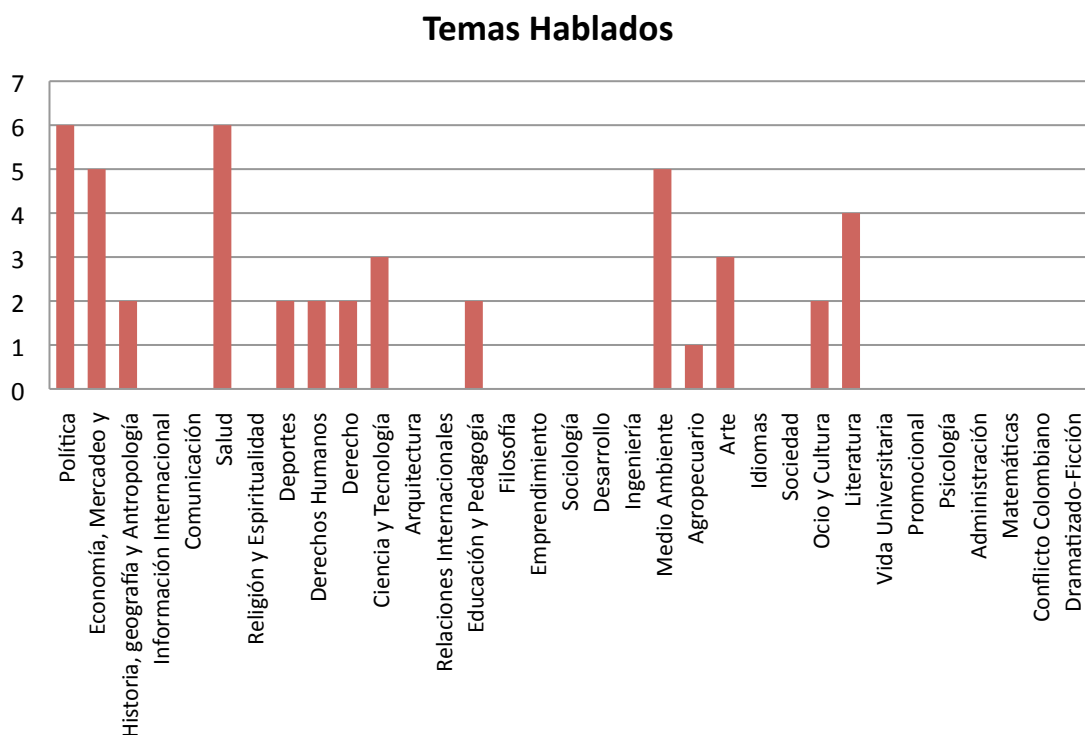


En cuanto a los espacios musicales, observamos que los estilos y géneros musicales más habituales son los colombianos, con un 40%. Le sigue músicas del mundo con un 20% (especialmente latinoamericanas), y, con un 10% cada una: Jazz, Clásica, Pop y Rock.

Temas Musicales



En relación a los temas hablados, podemos observar que los contenidos sobre política y economía, referida a temas de actualidad regional y local; salud, espacios de los consultorios, y medio ambiente, son los más habituales. Le siguen temas sobre literatura, deportes, derechos humanos, educación, ciencia y tecnología y cultura.



En cuanto a la programación específica para Medellín (101.9 F.M.), los contenidos de la programación son:

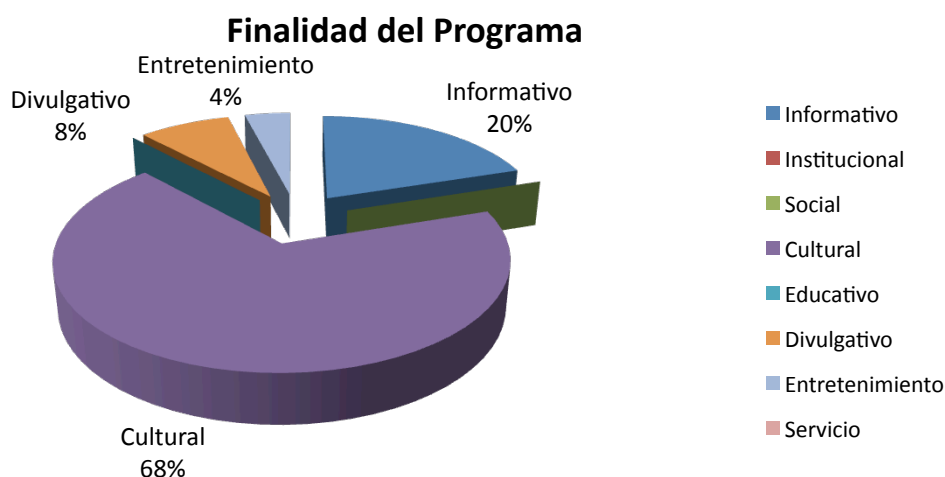
- **Música Para Saludar El Día.** Selecciones de música clásica.
- **Alma Mater.** Noticiero universitario y cultural con participación en directo desde 7 subregiones de Antioquia. Lunes a viernes 7 a.m. Realización Emisora Cultural Universidad de Antioquia.
- **Audición Clásica.** Grandes obras, compositores e intérpretes.
- **Sala De Jazz.** Las figuras eternas de un género universal.
- **Hemisferios.** El pop rock y sus múltiples manifestaciones.
- **Suena Colombia.** Todas las manifestaciones de nuestras músicas nacionales.
- **Siglo XX.** La música clásica y su faceta contemporánea.
- **Travesías.** Viaje permanente por las músicas del mundo.
- **Red Cinco Siete.** Noticias, opinión y análisis de los temas de actualidad del mundo, Colombia y el departamento. Lunes a viernes 5 p.m. Realización Emisora Cultural Universidad de Antioquia.
- **Efemérides.** Onomásticos de grandes hechos y/o personajes a través de la música.

- **En Casa De Las Palabras.** Lecturas escogidas en un proyecto con el Sistema de Bibliotecas de nuestra Universidad.
- **Multilingua.** Programa en colaboración con la Escuela de Idiomas.
- **Entrelenguas.** Programa en colaboración con la Escuela de Idiomas.
- **Hechos Y Voces.** Resumen de la agenda informativa de la semana.
- **Sala De Blues.** Las figuras históricas de un género fundamental.
- **Sabra Cadabra.** Visita al rock desde una óptica diferente.
- **Territorio Pop.** Un género lleno de posibilidades.
- **Historias De La Ciencia.** Programa educativo para explicar los fenómenos de la naturaleza. Domingos 10 a.m. Realización de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la Universidad de Antioquia.
- **Música Libre.** Libre de ataduras, de restricciones, de derechos de autor.
- **Voces Del Jazz, Ensamble Latino Y Bolero Antillano.** Trío de programas dedicados a recordar las grandes páginas de estos géneros.
- **El Hilo De Ariadna.** El vasto mundo de las letras esta en este espacio dedicado a la literatura. Miércoles de 8 p.m. Realizador: Juan Andrés Álvarez.
- **Voces De Color Y Música.** Charlas sobre arte y cultura con artistas y creadores. Domingos de 9 a.m. Realización Instituto de Bellas Artes.
- **Noticias UdeA Radio.**
- **Jack Radio.** Música electrónica alternativa.
- **Divafilia.** Las grandes damas de la música.
- **Fábrica De Sueños.** Las bandas sonoras del cine.
- **Ópera.** Un espacio para las grandes obras e intérpretes del canto lírico universal.

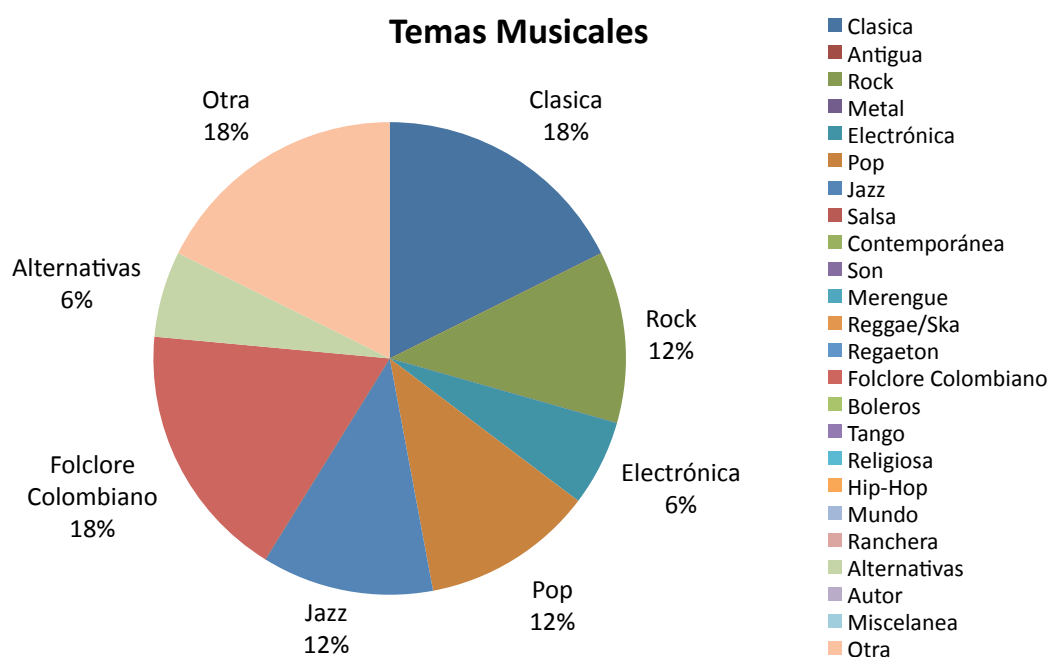
La programación de la emisora **101.9 FM Medellín** está formada por un **20%** de programas de carácter **hablado** y de un **80%** de programas y espacios **musicales**.



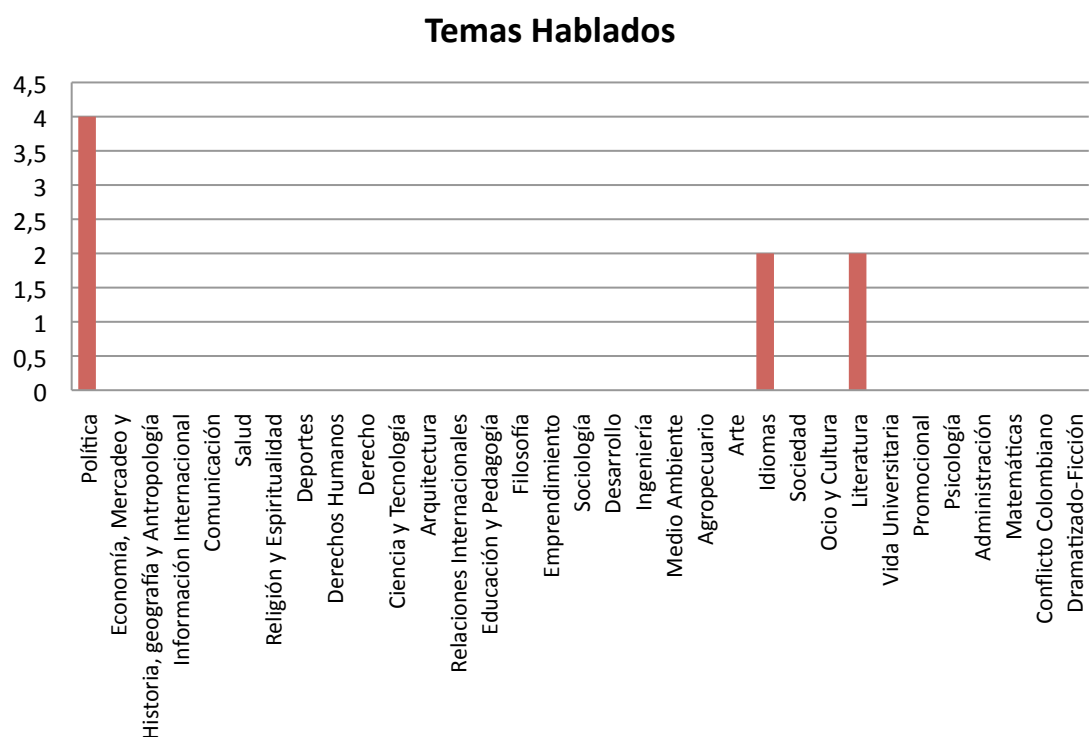
La programación está compuesta por un **68%** de contenidos **culturales**, de un **20%** **informativos**, de un **8%** **divulgativos** y de un **4%** de **entretenimiento**. Ya podemos empezar a apreciar, que la programación del sistema educativo de emisoras (regionales y AM), tienen públicos objetivos muy distintos a la FM 101.9 FM.



En cuanto a los contenidos musicales, observamos que los estilos de música con mayor peso en la programación son música **Clásica**, con un **18%** y música **Colombiana**, también con un **18%**. Le siguen, con un **12%** cada una, **Jazz**, **Rock** y **Pop**. Con un **6%** **electrónica** y **alternativa**, respectivamente. El **18%** de otras, está compuesto por cantos líricos, bandas sonoras y la voces femeninas.



En cuanto a los programas hablados, tienen que ver con espacios informativos y noticiosos. En este caso lo englobamos dentro de los temas de política, entendida esta como una manifestación de la actualidad local, nacional e internacional. Le siguen los contenidos sobre literatura e idiomas.



9.1.15.4. Distribución

El Sistema de Radio Educativa¹⁶⁹ de la Universidad de Antioquia emite a través de 8 radios frecuencias, de las cuales siete son por FM y una por AM¹⁷⁰. Cuenta con una programación específica que se emite en el contexto de Medellín Ciudad, y una programación general que se emite por las diferentes ciudades en la cuales tiene asignada una frecuencia. Todas son de Interés Público.

De forma paralela retransmite su señal de AM y FM a través de Internet por la página web <http://www.udea.edu.co/portal/page/portal/Programas/emisora>. En el portal se ofrecen diferentes contenidos: noticias, descripción e historia de la emisora, archivo sonoro, etc. Cuenta con perfil en las redes sociales Twitter @emisoraudea y en Facebook <https://www.facebook.com/EmisoraCulturalUdeA>

Radio Frecuencia										
Licencia		Frecuencia	Emisor	Antena	Categoría de Cubrimiento			Área geográfica de Cubrimiento	Satélite	
			Potencia	Altura	Zonal	Zonal Restringido	Local Restringido			
					A-B	Clase C	D			
Interés Público / 1942		1.410 KHZ	5Kw	52 metros		X		Valle del Aburrá	NO	
Interés Público / 1989		101.9 MHZ	15Kw	55 metros		X		Área Metropolitana	NO	
Interés Público / 2004		96.3 MHZ	5Kw	30 metros		X		Bajo Cauca	NO	
Interés Público / 2004		94.3 MHZ	5Kw	28 metros		X		Magdalena Medio	NO	
Interés Público / 2008		90.6 MHZ	5Kw			X		Occidente	NO	
Interés Público / 2004		103.4 MHZ	5Kw	30 metros		X		Oriente	NO	
Interés Público / 2005		100.9 MHZ	1Kw	30 metros		X		Suroeste	NO	
Interés Público / 2004		102.3 MHZ	5Kw	10 metros		X		Urabá	NO	
Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación		Propio	Externo	Dewplayer	Sí	Facebook Twitter	No	Sí	Sí
			X							

¹⁶⁹ Anexo A-PROT-17A

¹⁷⁰ Anexo A-PROT-17

9.1.15.5. Difusión

A partir del análisis de la dependencia organizativa de la emisora con la universidad, de las estructuras de producción, programación y distribución, podemos determinar que el Sistema de Radio Educativa de la Universidad de Antioquia tiene dos potenciales Públicos Objetivos. Por un lado se dirige a un segmento de la población con un nivel socioeducativo y cultural alto. Personas amantes de la música, de los contenidos estéticos. Personas con sus necesidades básicas cubiertas que buscan una serie de representaciones artísticas, culturales y científicas que complementen o enriquezcan su identidad. Por otro lado, un Público Objetivo más general, perteneciente a una realidad sociocultural y económica menos pudiente; personas del mundo rural abiertas a contenidos musicales más amplias y con necesidades no resultas en lo referentes a derechos, servicios como sanidad, educación, etc.

El primer perfil de Público Objetivo se materializa en la programación de la emisora 101.9 FM, que cubre la capital del Departamento de Antioquia. La segunda programación se distribuye a través de las frecuencias regionales y en la A.M.

En cuanto a Altair, se trata de una emisora formativa y de expresión sonora. Teniendo en cuenta su estructura organizativa, su estructura productiva, su parrilla de programación y los contenidos, podemos determinar que su Público Objetivo está conformado por la propia comunidad universitaria. En este caso jóvenes, en su mayoría, y personas interesadas en narrativas sonoras.

9.1.16. Universidad EAFIT: Acústica

Fechas de análisis: 6 de junio de 2013

La Universidad EAFIT nació en Medellín, Antioquia, en 1960, como una apuesta por parte de empresarios de la ciudad, por ofrecer formación ante la creciente demanda por parte de las empresas de perfiles laborales en administración de empresas. De esta forma nacería la Escuela de Administración y Finanzas (EAF). Dos años después la universidad crearía el Instituto Tecnológico, con el fin de aumentar su oferta formativa. De esta forma se le conocería: EAFIT.

1971 logró la categoría de Universidad. En 1979 fundaría la escuela de Administración e Ingeniería, en 1997 la de Ciencias y Humanidades y en 1999 la de Derecho.

EAFIT la Misión de “contribuir al progreso social, económico, científico y cultural del país, mediante el desarrollo de programas de pregrado y de posgrado -en un ambiente de pluralismo ideológico y de excelencia académica- para la formación de personas competentes internacionalmente; y con la realización de procesos de investigación científica y aplicada, en interacción permanente con los sectores empresarial, gubernamental y académico”¹⁷¹.

EAFIT, como institución educativa y comprometida con el devenir económico y social de Medellín, tiene como propósitos:

- Preservar la excelencia en sus procesos de enseñanza-aprendizaje, investigación y proyección social.
- Conservar el reconocimiento de la comunidad académica nacional e internacional para sus investigaciones y distintos programas de formación.
- Atraer al personal académico y administrativo más calificado e idóneo, tanto en la región como en el país.
- Alcanzar la formación integral de sus estudiantes para que participen positivamente en el desarrollo de la Universidad, del país y de América Latina.
- Administrar, de manera eficiente, el talento humano y todos sus recursos físicos y financieros.

¹⁷¹ Anexo A-EST-17

- Desarrollar una interacción dinámica con los sectores empresariales, gubernamentales y académicos, de carácter nacional e internacional.

9.1.16.1. Variable Empresarial y Organizativa

EAFIT, si bien está en un proceso de potencializar la investigación como un eje fundamental en su dimensión misional, se ha caracterizado por ser una institución formativa: la academia su eje fundamental.

Organizativamente, la universidad se estructura de la siguiente manera¹⁷²: Rectoría, Vicerrectoría y las escuelas de Administración, Ingeniería, Ciencias y Humanidades, Derecho y Economía y Finanzas.

Acústica, la emisora de radio, es el laboratorio de producción sonora del programa de Comunicación Social, perteneciente a la Escuela de Ciencias y Humanidades.

Es una emisora web que se presenta como un medio de comunicación académico y cultural. Pretende impulsar y dar a conocer el trabajo académico de los estudiantes del Pregrado de Comunicación Social y del resto de miembros de la universidad. Acústica tiene la misión de crear una nueva forma de hacer radio universitaria en Internet, en la que todos participen, aprendan y creen productos radiofónicos de calidad.

Los **objetivos específicos**¹⁷³ de la emisora son:

- Presentar una oferta de audios y programas que den cuenta del quehacer de la Universidad EAFIT.
- Convertirse en un medio de comunicación pertinente y efectivo para la Universidad EAFIT.
- Proporcionar conocimientos y habilidades necesarias para la construcción de competencias comunicativas para la radio en Internet, el periodismo digital y la producción de contenidos para la web.

Ficha Variable Empresarial				
Nombre Entidad	Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
EAFIT	Privada	Regional	1	No Aplica

¹⁷² Anexo A-ORG-17

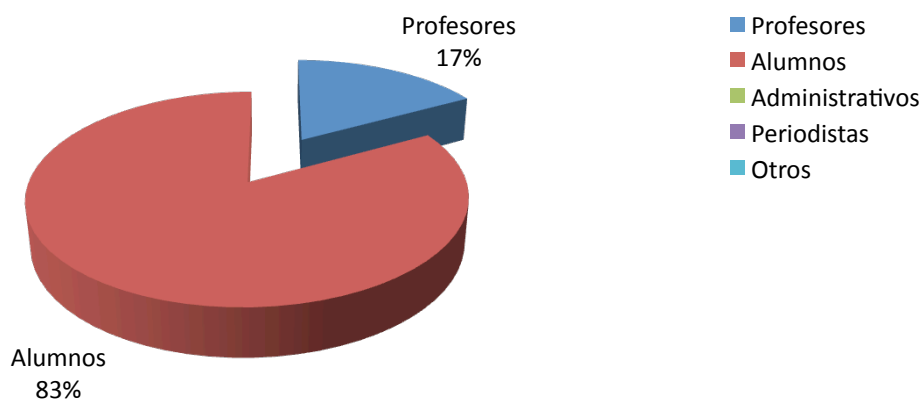
¹⁷³ Anexo A-ENTR-23

Adscripción	Facultad Ciencias y Humanidades	Rector	Juan Luis Mejía Arango	Unidad	Programa de Comunicación
Director Radio	Alejanda Lopera Velásquez				
Nombre Emisora	Acústica				
Presupuesto	Institucional				
Objetivo	Formativo				

9.1.16.2. Productiva

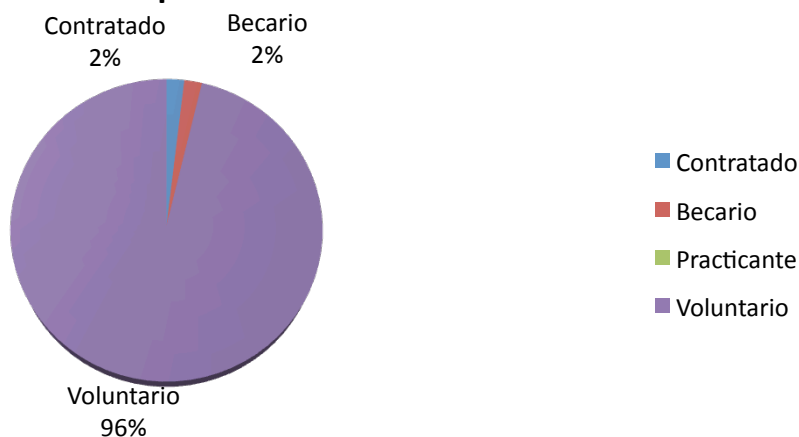
Acústica está conformada por **53 integrantes**¹⁷⁴, de los cuales el **83%** son **alumnos** y el **17%** profesores.

Perfiles del equipo de Producción



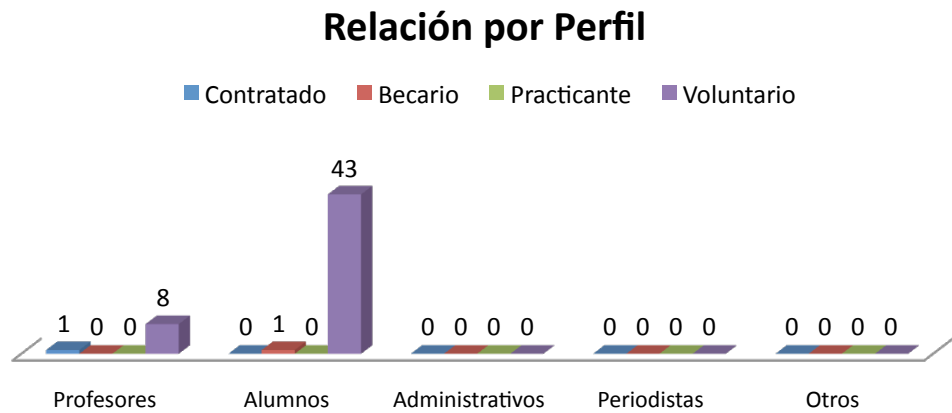
De los 53 integrantes, el **96%** realizan una **colaboración** voluntaria, el **2%** con un **contrato** y el **2%** restante como **becario**.

Tipo de Relación



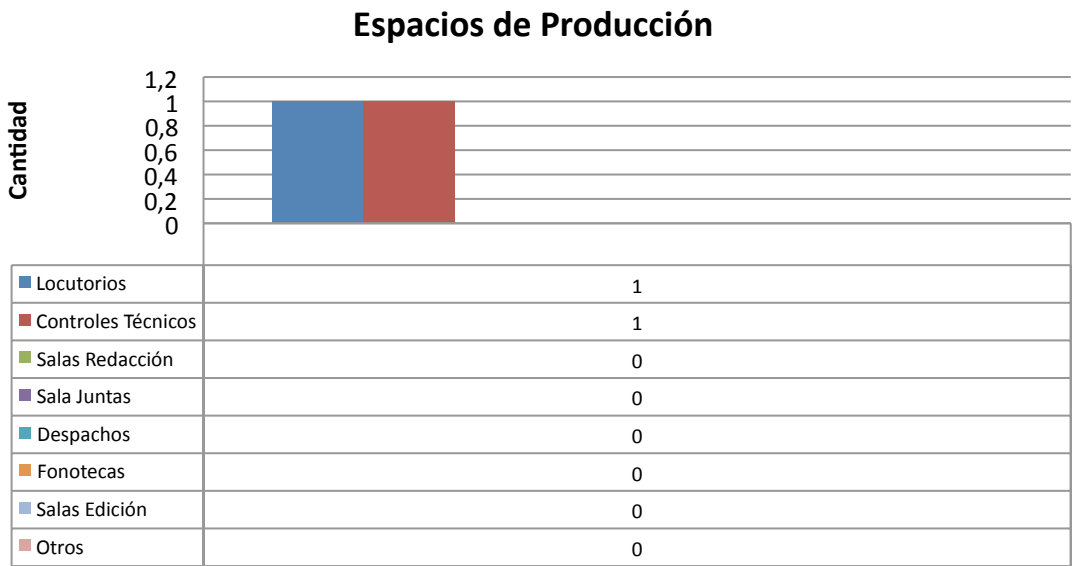
¹⁷⁴ Anexo A-PROT-19

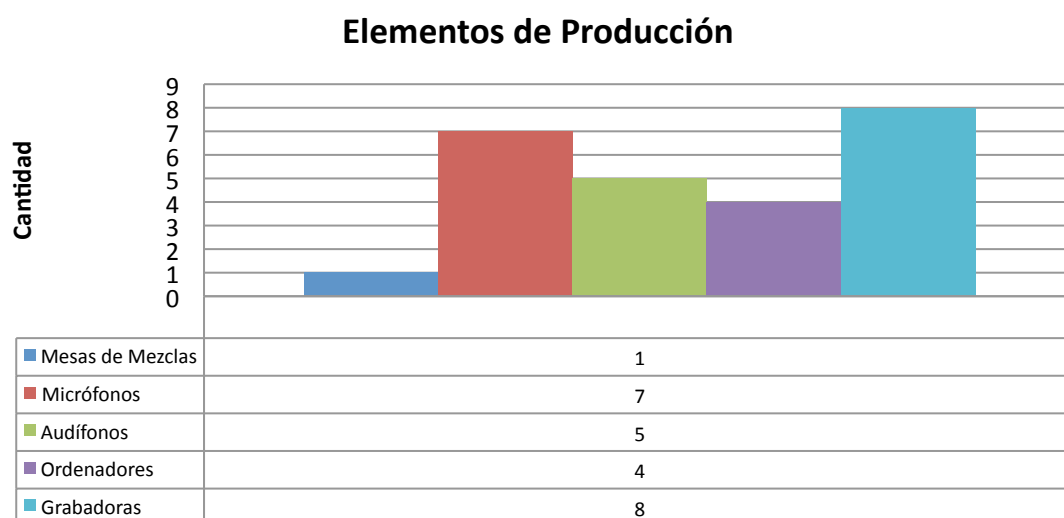
En cuanto al perfil y el tipo de relación, apreciamos que entre los profesores, uno es contratado y 8 voluntarios y entre los alumnos, uno es becario y 43 voluntarios.



De los alumnos voluntarios, 36 pertenecen a la asignatura de Radio del programa de Comunicación Social, donde se vincula la materia con los procesos de generación de contenidos.

Acústica cuenta con las siguientes dependencias y elementos técnicos de producción:





9.1.16.3. Programación y Contenidos

Acústica plantea una parrilla de programación mixta en la que intercala grandes franjas musicales con programas temáticos, de lunes a domingo¹⁷⁵.

Los contenidos se presentan dentro de las dinámicas de las radio web en la que se aprovecha la producción del programas para su emisión en *streamgin*, con el fin de disponer cada contenido bajo “radio a la carta”. No existe un comité de programación formal para la planificación de la parrilla.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
No	No	Sí	Sí	Semestral	Sí	No (CC)

Los programas:

- **Antioquia Visible.** Un espacio para difundir lo que sucede en el Congreso, como resultado del trabajo de control político y seguimiento legislativo que realiza el grupo Antioquia Visible, un colectivo de estudiantes de la Universidad EAFIT, en asocio con la Universidad de los Andes.
- **Bastardilla.** Letras contadas... Obras literarias para el mundo del lector, selección de textos en los que el lenguaje está de fiesta. Testimonios,

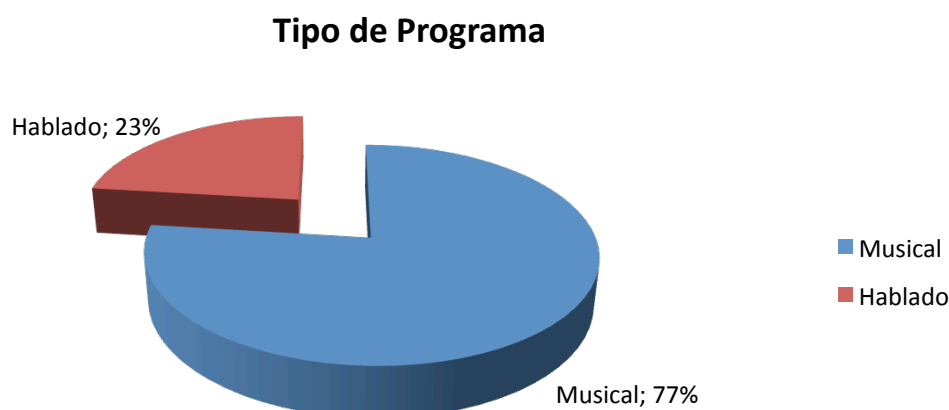
¹⁷⁵ Anexo A-PROG-21

invitados, comentarios y fragmentos en un espacio sonoro que pretende avivar el apetito literario.

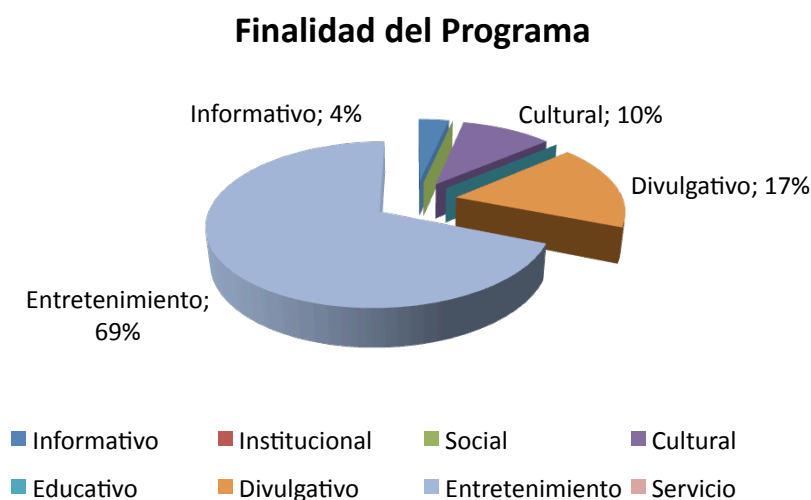
- **Contacto Asia Pacífico.** A raíz del interés generado en torno a la región del Asia Pacífico y por la creciente importancia de las relaciones económicas, políticas y culturales entre América Latina y los países de esta región, el Centro de Estudios Asia Pacífico tomó la iniciativa de crear este, programa como un espacio de difusión.
- **Hilos de historia.** espacio para la evocación y remembranza de grandes personajes y momentos de nuestra historia. Una tertulia a cargo de Marta Luz Fernández y Olga Romero de De Fex, integrantes de Saberes de Vida, programa de la Universidad Eafit.
- **Historia de Música.** Géneros, artistas y bandas que producen música libre. Un programa en el que Sara Gallardo, estudiante de Comunicación Social de Eafit, nos cuenta interesantes historias llenas de sonidos, canciones y música que son novedades en nuestra comunidad.
- **Había una vez... símbolos, mitos y leyendas.** Los símbolos son a veces más expresivos que las mismas palabras. Las leyendas, una relación de hechos que se transmiten de generación en generación. Los mitos, relatos tradicionales de acontecimientos prodigiosos cuyos protagonistas son seres sobrenaturales o extraordinarios y forman parte de las creencias de una cultura o de una comunidad. Y todas estas historias nos las cuenta la profesora Beatriz Celina Mejía.
- **Tinto Envenenado.** Un espacio de diálogo y discusión en torno a temáticas relacionadas con los medios de comunicación, la política y la cultura. Cada semana, los profesores Jorge Iván Bonilla y Daniel Hermelin se toman un tinto mientras conversan en un espacio radial que combina visiones académicas, opiniones personales y temas actuales.
- **¿Y de dónde viene?** Nuestra colaboradora Beatriz Celina Mejía trae para todos los oyentes de Acústica, interesantes historias de nombres, objetos y expresiones. Un microprograma lleno de contenido que se puede escuchar en nuestra señal en vivo a lo largo del día, y que pueden descargar aquí.
- **Sinónimo de Controversia.** Conversaciones sobre política local, nacional e internacional.
- **Actualidad de EAFIT.** Noticias y agenda de eventos de la universidad EAFIT.

- **Lista de reproducción.**

El **77%** de la producción es de programas **hablados**, frente el **23%** que son **musicales**.



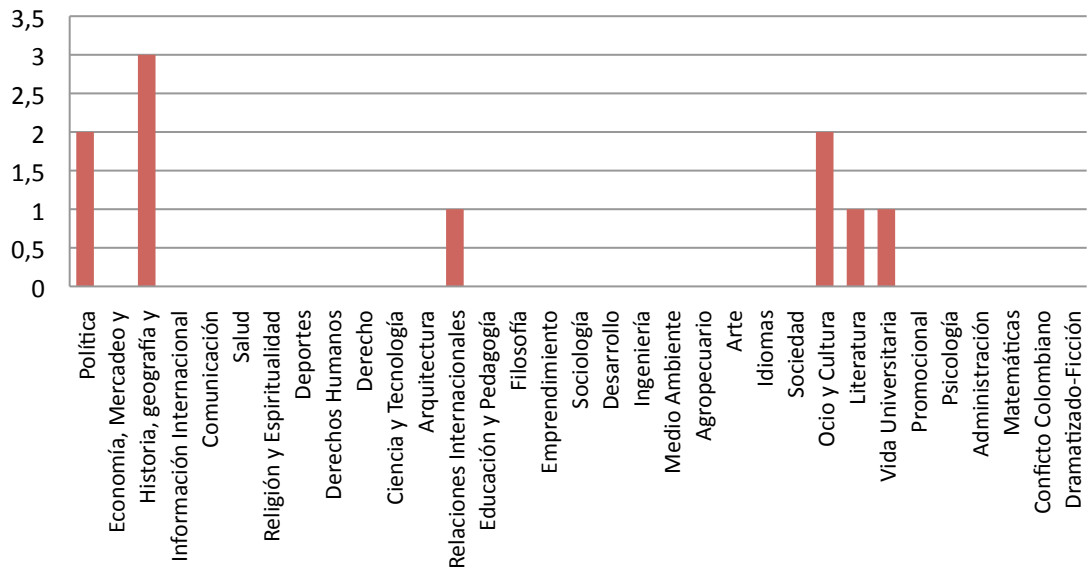
En cuanto a la finalidad de los espacios, el **17%** tiene finalidad **divulgativa**, el **10%** **cultural**, los **informativos** un **4%** y los de **entretenimiento** un **69%**. Este último porcentaje es alto por el peso de las listas de reproducción musicales tipo *crossover* de la emisora.



En cuanto a los contenidos musicales, Acústica se caracteriza por ser una emisora *creative common*. Es decir, el **100%** de los **contenidos musicales** son **libres** de derechos de autor.

Los contenidos de la programación están compuestos por temas relacionados con la historia y la antropología, la cultural, la política, la literatura, las relaciones internacionales y la vida universitaria. Este último presentado como un boletín informativo de actualidad universitaria.

Temas Hablados



9.1.16.4. Distribución

Acústica, emisora por Internet, emite a través de la página web <http://acustica.eafit.edu.co> por medio de un servidor externo. Tiene perfil en las redes sociales Facebook <https://www.facebook.com/acusticaeafit?fref=ts> y Twitter @acusticaeafit. Tiene un servicio de Podcast alojados en Ivoox <http://acusticaemisorawebdeefit.ivoox.com>

Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación	Windows Media Encoder	Propio	Externo	Adobe Flash Media Live Encoder	Sí	Facebook Twitter	Tunein	Sí	No
				X						

9.1.16.5. Difusión

A partir del análisis de los objetivos de la emisora, de la dependencia orgánica al programa de Comunicación Social, de sus sistemas de producción y distribución, así como por los contenidos y la estructura de programación, podemos determinar que su potencial Público Objetivo es la comunidad universitaria de EAFIT, especialmente los estudiantes.

9.1.17. Universidad de Medellín: Frecuencia U

Fechas de análisis: 4 de junio de 2013

La universidad de Medellín nace en 1950, como una institución privada, cuyo fin es “ofrecer educación libre y sin limitaciones por razones políticas, raciales, sociales, religiosas o de otro orden cualquiera y fomentar la investigación científica orientada a buscar solución a los problemas colombianos¹⁷⁶”

La institución educativa fundamentada en su lema de Ciencia y Libertad, la Universidad de Medellín tiene como misión la promoción de la cultura y la formación integral de profesionales que contribuyan a la solución de problemas en las áreas de los saberes propios, mediante la docencia, el fomento de la investigación y la interacción con la sociedad, bajo los valores de Justicia, Respeto, Responsabilidad, Equidad, Solidaridad, Coherencia.

9.1.17.1. Variable Empresarial y Organizativa

La Universidad está **estructurada** de la siguiente manera: Rectoría, Secretaría General, cuatro vicerrectorías (Académica, Investigación, Extensión y Administrativa) y dos divisiones (Desarrollo Humano y Bienestar Universitario y Relaciones Internacionales).

De la **Vicerrectoría Académica** se ramifican dos grandes áreas: las que aglutinan las facultades y departamentos (Derecho, Comunicación, Ciencias Económicas y Administrativas, Ciencias Básicas, Ciencias Humanas y Sociales y Autoevaluación y Acreditación); y las dependencias transversales a la academia, entre las que se encuentra la Radio adscrita al **Grupo de Medios Educativos**.

La Universidad de Medellín, desde sus funciones sustantivas de Docencia, investigación, extensión e internacionalización, busca proyectarse socialmente aportando a la cultura y participación ciudadana apuntando a la formación cívica y al enriquecimiento cultural de los ciudadanos, con espacios de esparcimiento y educación, por medio de la Emisora Educativa Universitaria “Universidad de Medellín”, donde pretende ofrecer a la ciudadanía contenidos adecuados para la educación, la información y el entretenimiento.

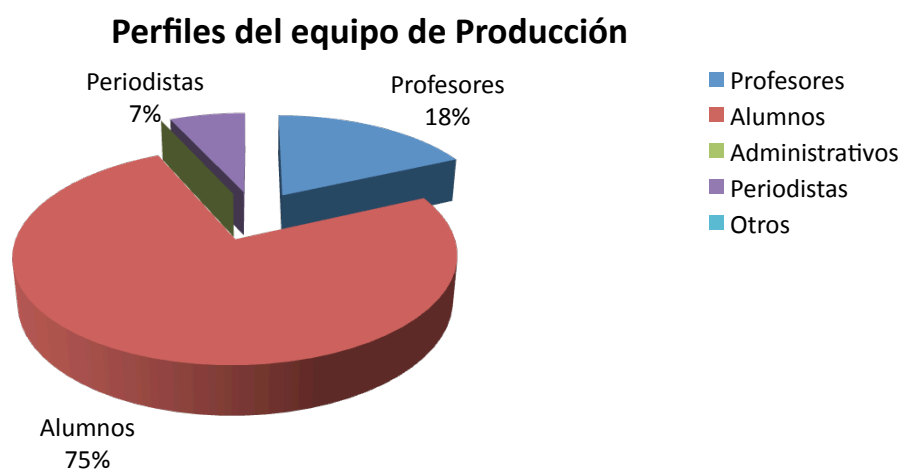
La emisora de radio, **Frecuencia U 940 A.M.**, tiene una licencia Comercial de emisión por Amplitud Modulada. Su lema es “en sintonía con la ciencia y la libertad”. Dos conceptos que representan la visión de la Universidad.

¹⁷⁶ Anexo A-EST-18

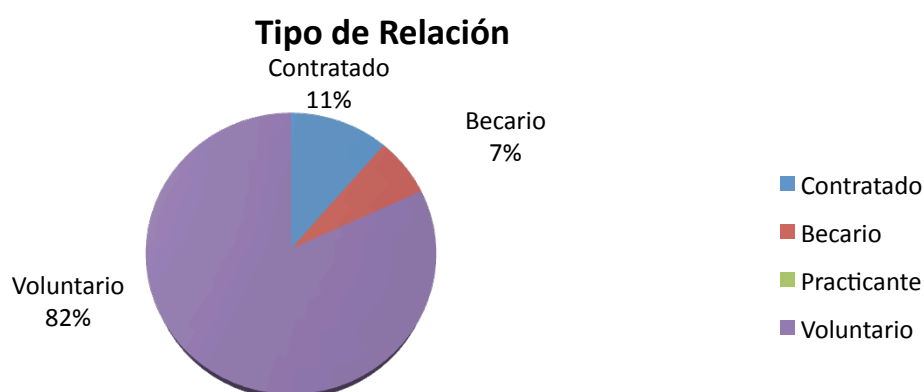
La emisora tiene como propósito “promover la cultura desde perspectivas diferentes a las que normalmente se han trabajado, promoviendo particularmente la colombianidad y las raíces latinoamericanas dando un significado distinto a lo que se entiende por "Cultura" por medio de nuestra identidad particular”¹⁷⁷.

9.1.17.2. Productiva

Frecuencia U está integrada¹⁷⁸ por **8 integrantes de planta** y más de **40 voluntarios**. Los **alumnos** representan el **75%** de los integrantes de la emisora, seguido de los **profesores**, con un **18%** y de los **periodistas**, con un **7%**.



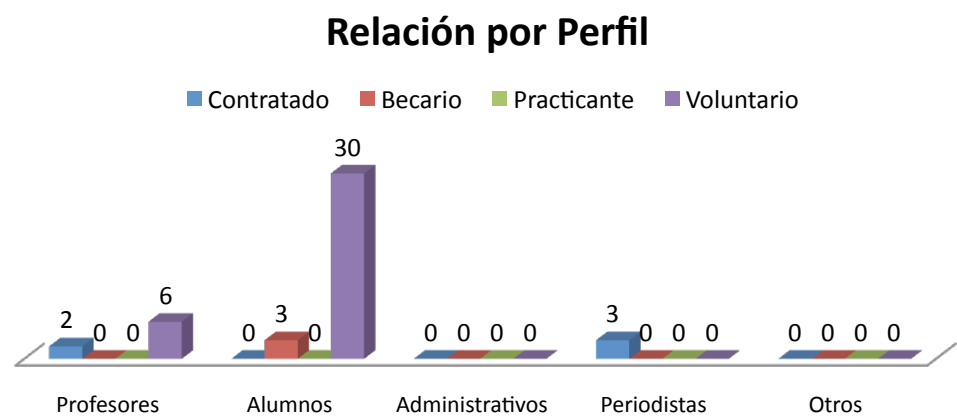
En cuanto al tipo de relación que mantienen con la emisora, el 82% son colaboradores voluntarios, el 11% están contratados y el 7% restante becarios.



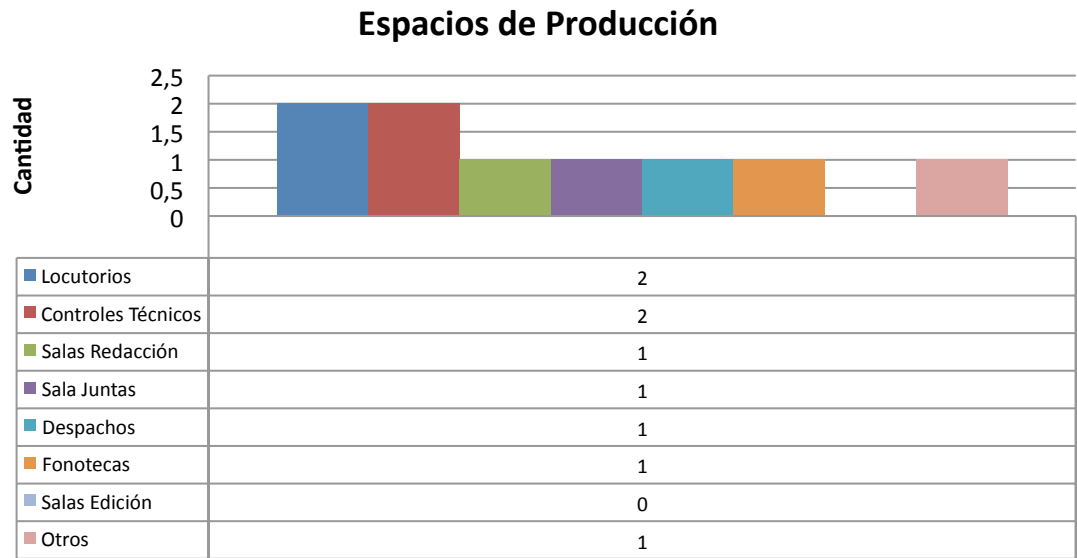
¹⁷⁷ Anexo A-ENTR-25 y 26

¹⁷⁸ Anexo A-PROT-20

En cuanto al tipo de relación por perfil, vemos que existen dos profesores que tienen una carga temporal directa con la emisora y 6 voluntarios, de los alumnos 3 mantienen una relación becada y 30 son voluntarios. Los 3 periodistas tienen una relación laboral.

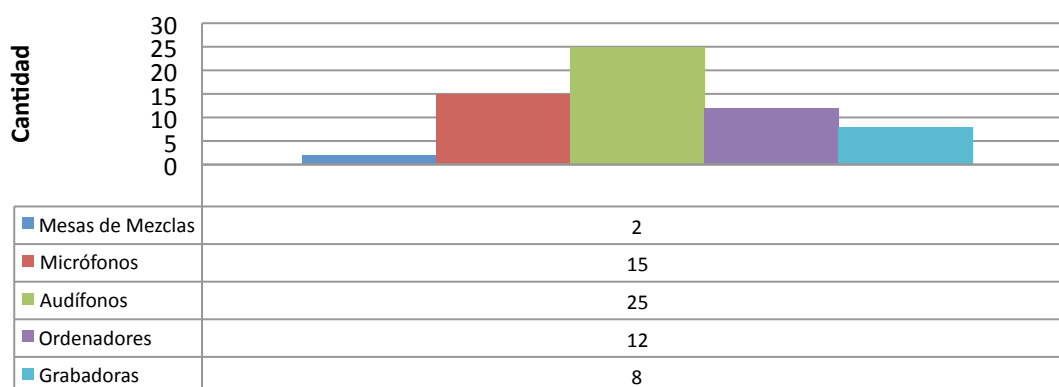


Frecuencia U dispone de los siguientes espacios:



Y como elementos técnicos de producción cuenta con:

Elementos de Producción



9.1.17.3. Programación y Contenidos

La programación¹⁷⁹ de Frecuencia U se divide en una estructura de contenidos de lunes a viernes y de fin de semana. Para la primera combina franjas semanales con espacios temáticos diarios. La programación de fin de semana la convive con una estructura mosaico.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Sí	Sí	No	Sí	Anual	Sí	Sí

Los contenidos de Frecuencia U son:

- **Conexión Radio Francia Internacional (Lunes a Viernes 6:00 a.m.)** Los contenidos más destacados de Radio Francia Internacional y su programación en español.
- **Conexión Radio Nederland (Lunes 6: 30 a.m.)** Contenidos relacionados con la salud, la ciencia y el cuidado del medio ambiente, producidos desde Holanda para Latinoamérica
- **Colombia Sonora (Lunes a Viernes 7:00 a.m.)** Franja musical donde recordamos los éxitos de nuestro folclor nacional, la música tradicional colombiana.
- **Folklore Latinoamericano (Lunes 10:00 a.m.)** 30 minutos donde recorreremos los sonidos producidos desde diversos lugares de América Latina, con especial énfasis en la música andina.

¹⁷⁹ Anexo A-PROG-22

- **Conpaz (Lunes 10:30 a.m.)** La historia del conflicto en Colombia y en el mundo, analizada por expertos en el tema, donde se busca dar elementos de juicio al oyente para que saque sus propias conclusiones sobre las problemáticas tratadas.
- **Historias (Lunes 11:00 a.m.)** Programa que recopila historias de vida de personas comunes, las cuales transcurren invisibles en nuestra ciudad, pero que desde su labor transforman su entorno.
- **Bitácora Informativa (Lunes a Viernes 12:00 m.)** Una síntesis del acontecer local, nacional e internacional
- **Frecuencia Deportiva (Lunes 12:30 p.m.)** Una hora donde reseñamos y analizamos todo lo sucedido en el deporte nacional e internacional.
- **En Línea (Lunes 1:30 p.m.)** Espacio con el resumen de los hechos que ocurren en la Universidad y la agenda con los acontecimientos más relevantes que involucran a la Comunidad Universitaria
- **Conexión Radio Francia Internacional (Lunes 1:40 p.m.)** Los contenidos más destacados de Radio Francia Internacional y su programación en español.
- **Conexión mundial (Lunes 2:00 p.m.)** Una selección musical de los sonidos provenientes de diversas partes del mundo, mostrando la diversidad de cada país y la proyección de estos sonidos.
- **El Toque (Lunes a Jueves 4:00 p.m.)** Un programa realizado por Radio Nederland que aborda temas relacionados con la libertad de expresión y la sexualidad, con un enfoque en los jóvenes latinos.
- **Conexión mundial (Lunes 4:15 p.m.)** Una selección musical de los sonidos provenientes de diversas partes del mundo, mostrando la diversidad de cada país y la proyección de estos sonidos.
- **Radiotek CTS (Lunes 5:00 p.m.)** 30 minutos para hablar sobre ciencia, tecnología, y el impacto de estas en la sociedad.
- **Territorios (Lunes 5:30 p.m.)** Un espacio donde podrás escuchar lo que pasa a nivel cultural en la ciudad, además de notas relacionadas con el entretenimiento.
- **1800 (Lunes 6:00 p.m.)** El espacio joven de Frecuencia U 940 AM, una mezcla entre música y temas de actualidad.
- **Hablemos de Sofía (Lunes 7:00 p.m.)** Espacio de Frecuencia U donde se aborda la filosofía para no filósofos, y que muestra la pertinencia de la filosofía en la vida cotidiana como condición del ser humano.

- **Clásicos en Frecuencia (Lunes 7:30 p.m.)** 90 minutos para transportarnos al pasado con los mejores sonidos de los 70's y los 80's, los clásicos de la balada rock.
- **La rockola (Lunes 9:00 p.m.)** Una hora para conocer las historias de las grandes canciones del rock de los 70's, 80's y 90's.
- **Radio U (Lunes 10:00 p.m.)** Programa en el que se habla de temas relacionados con la música, haciendo énfasis en los talentos locales. Es una producción de Canal U.
- **Sentimiento Blues (Lunes 11:00 p.m.)** Un espacio para recorrer el sonido que originó toda la música popular anglosajona a mediados del Siglo XX. Sonidos donde la guitarra es el instrumento protagonista.
- **Bitácora informativa (Martes a Viernes 6:00 a.m.)** Una síntesis del acontecer local, nacional e internacional
- **Conexión Radio Francia Internacional (Martes a Viernes 6:30 a.m.)** Los contenidos más destacados de Radio Francia Internacional y su programación en español.
- **Mestizajes (Martes 10:00 a.m.)** Una hora para conocer más sobre el folclor latino y mundial.
- **Around The World Radio (Martes 11:00 a.m.)** Una hora para que el mundo pase por Frecuencia U y Frecuencia U por el mundo. En este programa, conoceremos los diferentes convenios con los que cuenta la Universidad en materia de Internacionalización, y además hablaremos de lo que pasa en el panorama mundial.
- **En Línea (Martes 12:30 p.m.)** Espacio con el resumen de los hechos que ocurren en la Universidad y la agenda con los acontecimientos más relevantes que involucran a la Comunidad Universitaria
- **Conexión Radio Francia Internacional (Martes 12:40 p.m.)** Los contenidos más destacados de Radio Francia Internacional y su programación en español.
- **Conexión Mundial (Martes 1:00 p.m.)** Una selección musical de los sonidos provenientes de diversas partes del mundo, mostrando la diversidad de cada país y la proyección de estos sonidos.
- **Los matices de la tarde (Martes 2:00 p.m.)** Magazín radial donde se habla de tendencias y temas de actualidad. Una producción del Grupo de Interés de Radio de Frecuencia U.

- **Conexión Mundial (Martes 3:00 p.m.)** Una selección musical de los sonidos provenientes de diversas partes del mundo, mostrando la diversidad de cada país y la proyección de estos sonidos.
- **El Toque (Martes 4:00 p.m.)** Un programa realizado por Radio Nederland que aborda temas relacionados con la libertad de expresión y la sexualidad, con un enfoque en los jóvenes latinos.
- **Conexión Mundial (Martes 4:15 p.m.)** Una selección musical de los sonidos provenientes de diversas partes del mundo, mostrando la diversidad de cada país y la proyección de estos sonidos.
- **La Claqueta (Martes 5:00 p.m.)** El magazine radial donde escuchas lo que ves: cine, música y agenda cultural.
- **1800 (Martes 6:00 p.m.)** El espacio joven de Frecuencia U 940 AM, una mezcla entre música y temas de actualidad.
- **Bizarradio (Martes 7:00 p.m.)** Una hora para conocer más a fondo la trayectoria musical de aquellos artistas que han dejado huella en la historia.
- **Una cita con la geopolítica (Martes 8:00 p.m.)** 15 minutos para hablar sobre los hechos históricos y de actualidad desde una mirada geopolítica, haciendo énfasis en su impacto global.
- **Crisálida (Martes 8:15 p.m.)** Programa que busca conocer, a través de sus los docentes, la relación entre la academia, los temas tratados e investigados desde las aulas, y la vida cotidiana.
- **Estilo Jazz (Martes 9:00 p.m.)** Espacio dedicado a los grandes genios del jazz y su sonido que ha influenciado a la música universal.
- **Bachrroco (Martes 10:00 p.m.)** Serie de programas que giran en torno a la obra del compositor barroco Johann Sebastián Bach.
- **Desde el alma: Soul, R&B y Pop (11:00 p.m.)** Sonidos melancólicos que acompañan el transcurso de la noche.
- **Bitácora informativa (Miércoles 6:00 a.m.)** Una síntesis del acontecer local, nacional e internacional
- **Consultorio Jurídico (Miércoles 10:00 a.m.)** Un espacio donde los expertos en derecho atenderán los casos legales que expongan nuestros oyentes
- **Bitácora Informativa (Miércoles 12:00 a.m.)** Una síntesis del acontecer local, nacional e internacional

- **En Línea (Miércoles 12:30 p.m.)** Espacio con el resumen de los hechos que ocurren en la Universidad y la agenda con los acontecimientos más relevantes que involucran a la Comunidad Universitaria
- **Conexión Mundial (Miércoles 1:00 p.m.)** Una selección musical de los sonidos provenientes de diversas partes del mundo, mostrando la diversidad de cada país y la proyección de estos sonidos.
- **Fuera de estudio (Miércoles 4:15 p.m.)** 45 minutos para mostrar a la Universidad de Medellín de cara a la sociedad.
- **Investigación para el desarrollo (5:00 p.m.)** Una hora para conocer el impacto en la comunidad de las diferentes investigaciones realizadas en la Universidad de Medellín.
- **Planeta Rojo Radio (Miércoles 6:00 p.m.)** Espacio de análisis y de opinión, donde se analizan desde la perspectiva de la academia, temas de actualidad nacional e internacional.
- **Cotidiano (Miércoles 7:00 p.m.)** Una charla desprevenida donde se tratan temas de actualidad y que han generado controversia.
- **El Debate de la Ciencia (Miércoles 8:00 p.m.)** Espacio para la discusión de los temas científicos y tecnológicos, donde se abordan controversias que causan impacto en la opinión pública y que están relacionadas con la ciencia y la innovación. Una producción de Canal Click.
- **Personajes sin tiempo (Miércoles 9:00 p.m.)** 15 minutos para dar a conocer la vida y obra de aquellos personajes que han incidido de manera trascendental en la formación de la cultura occidental a lo largo de la historia.
- **Beatlemania (Miércoles 9:15 p.m.)** 45 minutos dedicados a recorrer el legado musical de la banda que partió en dos la música contemporánea anglosajona.
- **Clase de Rock (Miércoles 10:00 p.m.)** Una hora para conocer las diversas sonoridades y épocas del rock.
- **Estilo Jazz (Miércoles 11:00 p.m.)** Espacio dedicado a los grandes genios del jazz y su sonido que ha influenciado a la música universal.
- **Bitácora informativa (Jueves 6:00 a.m.)** Una síntesis del acontecer local, nacional e internacional
- **Mestizajes (Jueves 10:00 a.m.)** Una hora para conocer más sobre el folclor latino y mundial.

- **Rompecabezas (Jueves 11:00 a.m.)** Programa que busca la construcción de opinión pública con base en el análisis, la reflexión, la discusión y la investigación periodística de los temas que se debaten en la coyuntura del país.
- **Bitácora Informativa (Jueves 12:00 m.)** Una síntesis del acontecer local, nacional e internacional
- **En Línea (Jueves 12:30 p.m.)** Espacio con el resumen de los hechos que ocurren en la Universidad y la agenda con los acontecimientos más relevantes que involucran a la Comunidad Universitaria
- **Conexión Radio Francia Internacional (12:40 p.m.)** Los contenidos más destacados de Radio Francia Internacional y su programación en español.
- **Conexión Mundial 1:00 p.m.** Una selección musical de los sonidos provenientes de diversas partes del mundo, mostrando la diversidad de cada país y la proyección de estos sonidos.
- **Los matices de la tarde (Jueves 2:00 p.m.)** Magazín radial donde se habla de tendencias y temas de actualidad. Una producción del Grupo de Interés de Radio de Frecuencia U.
- **Conexión Mundial (Jueves 3:00 p.m.)** Una selección musical de los sonidos provenientes de diversas partes del mundo, mostrando la diversidad de cada país y la proyección de estos sonidos.
- **El Toque (Jueves 4:00 p.m.)** Un programa realizado por Radio Nederland que aborda temas relacionados con la libertad de expresión y la sexualidad, con un enfoque en los jóvenes latinos.
- **Salí (Jueves 4:15 p.m.)** Un recorrido gastronómico y turístico por los diferentes espacios de la ciudad, el departamento y el país.
- **La Claqueta (Jueves 5:00 p.m.)** El magazine radial donde escuchas lo que ves: cine, música y agenda cultural.
- **1800 (Jueves 6:00 p.m.)** El espacio joven de Frecuencia U 940 AM, una mezcla entre música y temas de actualidad.
- **Conciertos 940 (7:00 p.m.)** Una hora con los mejores sonidos en vivo.
- **El duelo (Jueves 8:00 p.m.)** Un espacio para recordar las baladas de ayer, hoy, y siempre.
- **Aires de Brasil (Jueves 10:00 p.m.)** Franja donde exploramos los sonidos más recordados del Bossa Nova a través de su historia

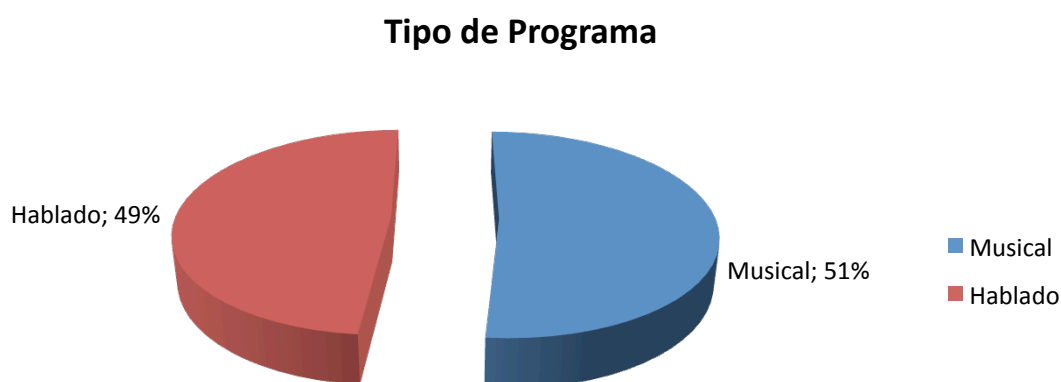
- **Radio U (Jueves 11:00 p.m.)** Programa en el que se habla de temas relacionados con la música, haciendo énfasis en los talentos locales. Es una producción de Canal U.
- **Bitácora informativa (Viernes 6:00 a.m.)** Una síntesis del acontecer local, nacional e internacional
- **Conexión Radio Francia Internacional (Viernes 6:30 a.m.)** Los contenidos más destacados de Radio Francia Internacional y su programación en español.
- **Colombia Sonora (Viernes 7:00 a.m.)** Franja musical donde recordamos los éxitos de nuestro folclor nacional, la música tradicional colombiana.
- **Geografía Musical (Viernes 10:00 a.m.)** Un recorrido a través de los sonidos de los festivales y las fiestas populares de nuestros pueblos y regiones. Un espacio para revivir la magia del acetato.
- **Los anillos de Saturno (Viernes 11:00 a.m.)** Programa donde confluyen literatura, arte y teatro.
- **El Callejón del Cante (Viernes 11:30 a.m.)** Espacio dedicado a la literatura hispanoamericana y los sonidos de la música flamenca.
- **Bitácora Informativa (Jueves 12:00 m.)** Una síntesis del acontecer local, nacional e internacional
- **En Línea (Viernes 12:30 p.m.)** Espacio con el resumen de los hechos que ocurren en la Universidad y la agenda con los acontecimientos más relevantes que involucran a la Comunidad Universitaria
- **Conexión Radio Francia Internacional (Viernes 12:40 p.m.)** Los contenidos más destacados de Radio Francia Internacional y su programación en español.
- **Conexión Mundial (Viernes 1:00 p.m.)** Una selección musical de los sonidos provenientes de diversas partes del mundo, mostrando la diversidad de cada país y la proyección de estos sonidos.
- **Música Libre (Viernes 3:00 p.m.)** Anónima, una voz que no existe más allá de los ceros y unos, nos presenta en cada programa un artista que ha decidido compartir su música con el mundo, sin costos ni restricciones.
- **Fútbol en Tacones (Viernes 4:00 p.m.)** Una hora donde las mujeres se toman Frecuencia U para hablar de fútbol, a su manera.
- **120 Rock (Viernes 5:00 m.)** Franja musical que amplifica los sonidos anglo y latinos del rock y sus vertientes. Un espacio con actitud alternativa.

- **1800 (Viernes 6:00 p.m.)** El espacio joven de Frecuencia U 940 AM, una mezcla entre música y temas de actualidad.
- **Buenos Aires Vos y Yo (7:00 p.m.)** Una cita con la historia y el misterio que hay detrás de los sonidos porteños del Tango
- **Boleros (8:00 p.m.)** Franja musical donde tienen espacio los sonidos románticos que han marcado generaciones de romances y desamores.
- **Fiesta Matancera (Viernes 10:00 p.m.)** Dos horas recorriendo los sonidos de un conjunto musical que hizo historia en la música tropical antillana: la Sonora Matancera.
- **La voz del Instrumento (Sábado 6:00 a.m.)** 180 minutos donde los instrumentos son los protagonistas, para iniciar el día de manera armoniosa.
- **Tierra Protegida (Sábado 8:30 a.m.)** Un programa radial de Parques Nacionales Naturales de Colombia, que tiene como finalidad conservar la diversidad biológica y cultural.
- **Conpaz (Sábado 8:30 a.m.)** La historia del conflicto en Colombia y en el mundo, analizada por expertos en el tema, donde se busca dar elementos de juicio al oyente para que saque sus propias conclusiones sobre las problemáticas tratadas.
- **Around The World Radio (Sábado 9:00 a.m.)** Una hora para que el mundo pase por Frecuencia U y Frecuencia U por el mundo. En este programa, conoceremos los diferentes convenios con los que cuenta la Universidad en materia de Internacionalización, y además hablaremos de lo que pasa en el panorama mundial.
- **Planeta Rojo Radio (Sábado 10:00 a.m.)** Espacio de análisis y de opinión, donde se analizan desde la perspectiva de la academia, temas de actualidad nacional e internacional.
- **Música Libre (Sábado 11:00 a.m.)** Anónima, una voz que no existe más allá de los ceros y unos, nos presenta en cada programa un artista que ha decidido compartir su música con el mundo, sin costos ni restricciones.
- **El Morenito Inc. Radio (Sábado 12:00 p.m.)** 15 minutos para dejar volar la imaginación con cuentos y relatos
- **Conexión mundial (Sábado 12:15 p.m.)** Una selección musical de los sonidos provenientes de diversas partes del mundo, mostrando la diversidad de cada país y la proyección de estos sonidos.

- **Swing Latino (Sábado 2:00 p.m.)** 120 minutos para disfrutar los sonidos y conocer la historia de la música afro, cubana, antillana y salsa.
- **Bizarradio (4:00 p.m.)** Una hora para conocer más a fondo la trayectoria musical de aquellos artistas que han dejado huella en la historia.
- **Puro Folclor Vallenato (Sábado 5:00 p.m.)** Un enamorado de la caja, la guacharaca y el acordeón, es el guía de esta travesía a través de uno de los géneros musicales más tradicionales de nuestro país: el vallenato
- **1800 musical (Sábado 6:00 p.m.)** Franja musical para escuchar los éxitos del pop, las fusiones de sonidos anglos con folclor latino, y los éxitos de la música urbana contemporánea.
- **Alma salsera (Sábado 8:00 p.m.)**
- **Desde la isla – Música cubana (9:00 p.m.)**
- **Amanecer tropical (11:00 p.m.)**
- **La voz del instrumento (Domingo 6:00 a.m.)** 180 minutos donde los instrumentos son los protagonistas, para iniciar el día de manera armoniosa.
- **Geografía musical (Domingo 9:00 a.m.)** Un recorrido a través de los sonidos de los festivales y las fiestas populares de nuestros pueblos y regiones. Un espacio para revivir la magia del acetato.
- **Aires de Brasil (Domingo 10:00 a.m.)** Franja donde exploramos los sonidos más recordados del Bossa Nova a través de su historia
- **Colombia Tropical (Domingo 12:00 m.)** Los sonidos tropicales que han hecho parte de nuestro legado musical a través del tiempo.
- **Fiesta Matancera (Domingo 2:00 p.m.)** Dos horas recorriendo los sonidos de un conjunto musical que hizo historia en la música tropical antillana: la Sonora Matancera.
- **Puro Folclor Vallenato (Domingo 4:00 p.m.)** Un enamorado de la caja, la guacharaca y el acordeón, es el guía de esta travesía a través de uno de los géneros musicales más tradicionales de nuestro país: el vallenato
- **Cotidiano (Domingo 5:00 p.m.)** Una charla desprevenida donde se tratan temas de actualidad y que han generado controversia.
- **Una Posibilidad (Domingo 6:00 p.m.)** Una invitación a reflexionar sobre la relación entre el ser humano y el mundo. Un programa realizado por la fundación Palabras de Paz Global.

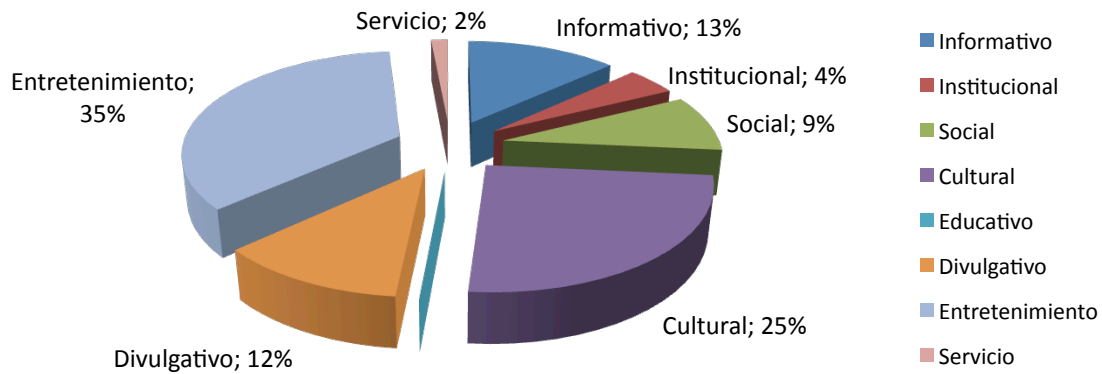
- **Cuartillas (Domingo 6:30 p.m.)** Programa que promueve la libertad de expresión como condición necesaria para la labor periodística. Un espacio realizado por el Círculo de Periodistas y Comunicadores Sociales de Antioquia, CIPA.
- **Buenos Aires Vos y Yo (Domingo 7:00 p.m.)** Una cita con la historia y el misterio que hay detrás de los sonidos porteños del Tango
- **El duelo (Domingo 8:00 p.m.)** Un espacio para recordar las baladas de ayer, hoy, y siempre.
- **10:00 p.m. (Domingo Serenata Galante)** Una combinación de música y poesía, para recibir la media noche.

Frecuencia U está compuesta por **51%** de programas **musicales** y de un **49%** **hablados**.



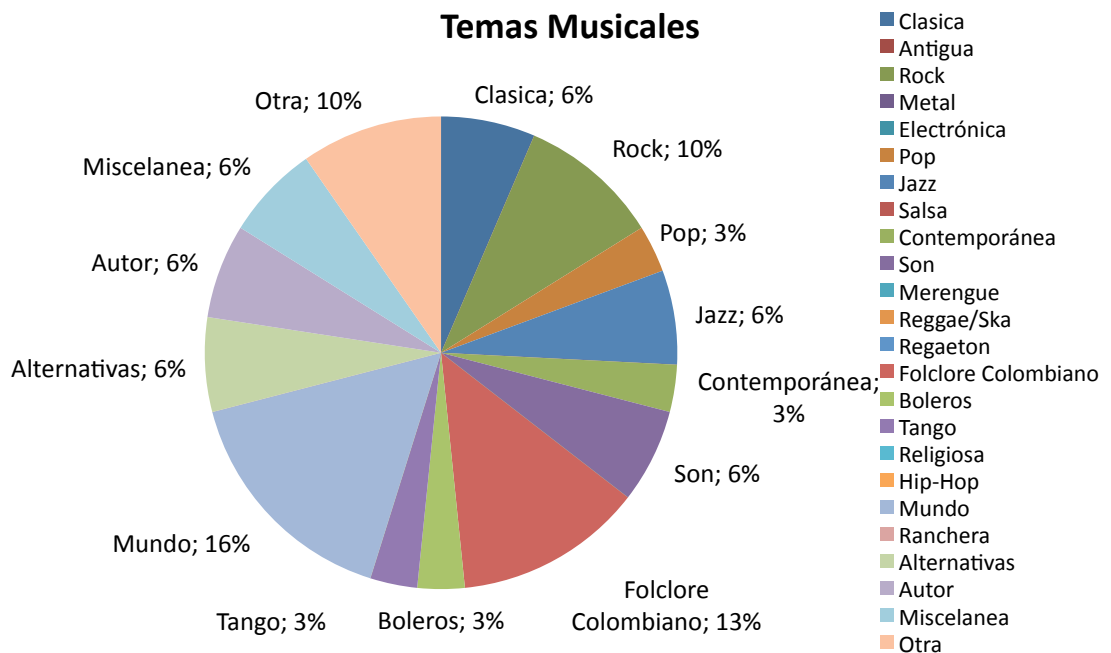
En cuanto a la finalidad, observamos que el **35%** de los programas son de **entretenimiento**, seguido del **cultural**, con un **25%**. En tercer lugar le sigue el **Informativo**, con un **13%** y, con un **12%**, el **divulgativo**. **Social** un **9%**, **Institucional** un **4%** y, con un **2%** **servicios**.

Finalidad del Programa



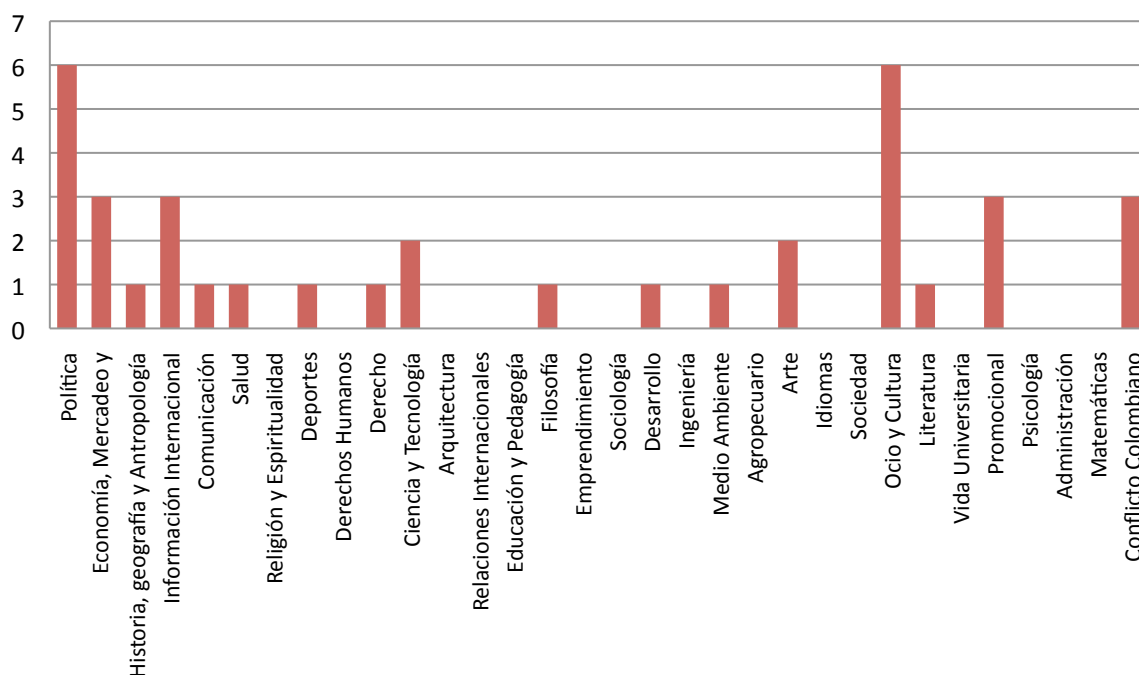
En cuanto a los géneros musicales, destacamos que la música del mundo tienen una gran presencia, con un 16%, seguido de la música colombiana, con un 13%. En tercer lugar cock, con un 10%. Con un 6% respectivamente, Clásica, Rock, Jazz, Son, Alternativas, de Autor y Variada. Le sigue con un tres por ciento la música Contemporánea, el Tango, los Boleros y el Pop.

Temas Musicales



Los temas tratados en la programación de Frecuencia U, son

Temas Hablados



9.1.17.4. Distribución

La universidad cuenta con una emisora Comercial que emite por AM en los 940 KHz, a una potencia de 5Kw mediante una categoría Zonal Restringido clase C. De forma paralela retransmite su señal por Internet a través de la página web <http://www.udem.edu.co/index.php/inicio-frecuencia-u>.

Cuenta con perfil en redes sociales como Facebook <https://www.facebook.com/FrecuenciaU.Universidad.de.Medellin> y Twitter @Frecuencia_U. Dispone de un servicio de podcast a través de la plataforma Soundcloud <https://soundcloud.com/frecuenciau>, así como cuenta en Tunein para escuchar la emisora por medio de dispositivos móviles¹⁸⁰.

Radio Frecuencia								
Licencia	Frecuencia	Emisor	Antena	Categoría de Cubrimiento			Área geográfica de Cubrimiento	Satélite
Comercial	940 A.M.	Potencia	Altura	Zonal	Zonal Restringido	Local Restringido	Medellín, área metropolitana y municipios cercanos	No
		5Kw			X			

¹⁸⁰ Anexo A-PROT-20

Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación	Shoucast	Propio	Externo	Flash Player	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
48 Kbps	Mp3			X						

9.1.17.5. Difusión

Teniendo en cuenta la estructura de contenidos, el sistema de producción y programación, así como los objetivos de la emisora y su lineamiento con la universidad, el potencial Público Objetivo de Frecuencia U estaría conformado por jóvenes y adultos de la capital de Antioquia, con amplios gustos musicales, con las necesidades básicas cubiertas y con formación universitaria, interesados en contenidos de actualidad informativa, cultural y artística. Un perfil de personas con preocupación por el desarrollo de la región y por la problemática del conflicto.

9.1.18. Universidad Católica de Oriente: Sinigual

Fechas de análisis: 13 de julio de 2013

La Universidad Católica de Oriente¹⁸¹ es una institución privada, bajo la forma de fundación, fundada en 1982 con la motivación de crear una institución de educación superior que respondiera a las necesidades de la comunidad del Oriente Antioqueño.

La Universidad tiene como fin “servir a la persona humana y a la comunidad, en especial del Oriente antioqueño, mediante la búsqueda de la verdad por los caminos de **la fe y la ciencia**, para cooperar, desde su carácter de universidad católica de excelencia, en la formación integral de profesionales e investigadores y posibilitar la construcción de una nueva sociedad basada en los principios de la Doctrina Social de la Iglesia.

La Universidad Católica de Oriente es una comunidad académica que contribuye a la tutela de la vida y el desarrollo de la dignidad humana y la herencia cultural, mediante la investigación, la enseñanza y los diversos servicios ofrecidos a las comunidades regionales, nacionales e internacionales. Ella goza de la autonomía institucional necesaria para cumplir con sus funciones eficazmente, y garantiza a sus miembros la libertad académica salvaguardando sus principios doctrinales, así como los derechos de la persona y de la comunidad dentro de las exigencias de la verdad y del bien común”.

Por tanto, la misión de la Institución es servir a la “persona humana y a la comunidad, entendido como la voluntad de brindar desde su inspiración Cristiana una educación de calidad, comprometida con el avance científico y tecnológico, orientada a ofrecer aportes al desarrollo de la región del Oriente Antioqueño con proyección nacional e internacional”.

9.1.18.1. Variable Empresarial y Organizativa

La universidad se estructura de la siguiente forma: Rectoría, de la que se desprenden, de forma trasversal, 6 departamentos (Jurídica, Comuniación, Secretaría General, Planeación, Sistema Institucional de Calidad y Control Interno). De forma vertical descende al Consejo Académico, del que dependen otras 6 dependencias (Bienestar Universitario y Pastoral; Investigación y Desarrollo, Dirección Académica, Dirección

¹⁸¹ Anexo A-EST-18

Administrativa y Financiera, Dirección de Extensión y Proyección y el Colegio Monseñor Alfonso Uribe Jaramillo).

La emisora de radio, Sinigual F.M. Estéreo, con licencia de emisión comercial, depende del área de Comunicación, adscrita, a su vez, a Rectoría, y tienen como objetivo ser un instrumento de interacción entre la universidad y el territorio en el que se “mimetiza”¹⁸². Una interacción basada en la función misional de la institución (Docencia, Investigación y Extensión), enmarcados en los valores y visión “Fe y Ciencia”¹⁸³.

Originariamente la emisora pertenecía a la Diócesis que, através de un convenio con la Universidad, crean una corporación que aglutinaba la emisora de radio, un centro de comunicación y publicación de material católica y un almacén. Cuando esta corporación se disuelve, la emisora de radio pasa a formar parte de la Universidad Católica de Oriente.

Por lo tanto, Sinigual comenzó siendo una emisora de radio de carácter religioso en la que se fue introduciendo la universidad a partir de la producción de contenidos académicos, hasta que pasó a gestionarse íntegramente por la institución educativa. Hoy, si bien es una radio universitaria, mantiene su esencia pastoral.

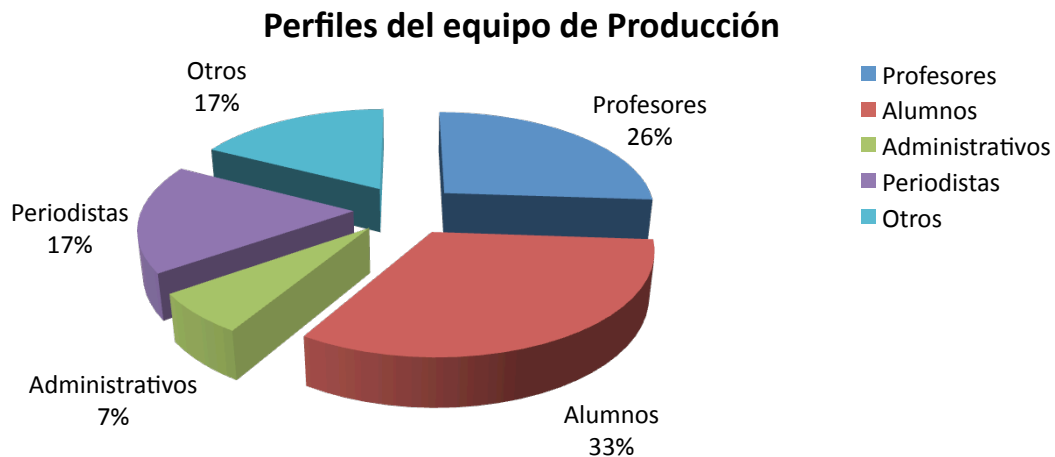
Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad Católica de Oriente		Privada	Regional	1	Comercial
Adscripción	Rectoría	Rector	Darío González Zuluaga	Unidad	Oficina de Comunicación
Director Radio	Luis Fernando Sierra				
Nombre Emisora	Sinigual Estéreo				
Presupuesto	Mixto: Institucional-Propio				
Objetivo	Extensión Social				

¹⁸² Anexo A-ENTR-27

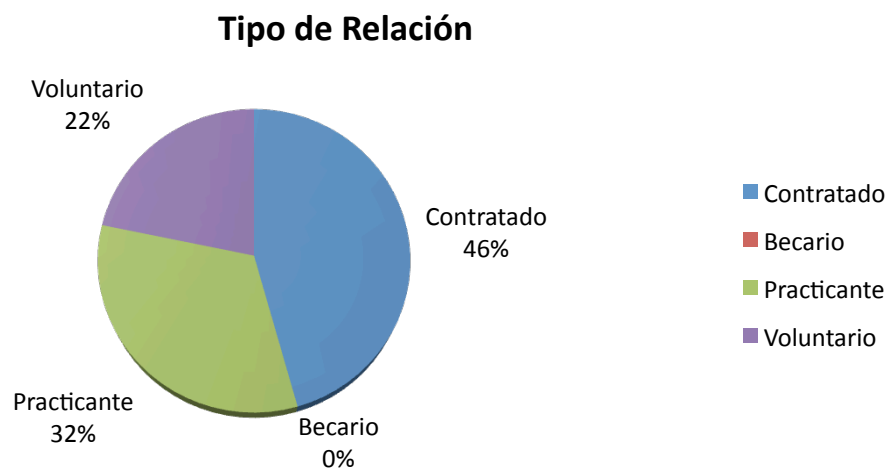
¹⁸³ Anexo A-ENTR-28

9.1.18.2. Productiva

Sinigual FM Estéreo está compuesta por **46 integrantes**, de los cuales el **33%** son **alumnos**, el **26%** son **profesores**, el **17%** son **periodistas y realizadores externos**, respectivamente, y el **7%** **administrativos**.

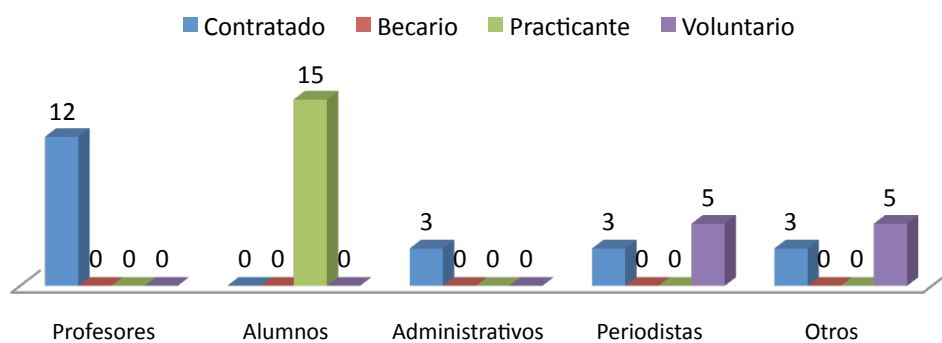


En cuanto al tipo de relación que mantienen con la emisora, podemos observar que el **46%** son **contratados**, seguidos de **practicantes**, con un **32%** y **voluntarios** con un **22%**.



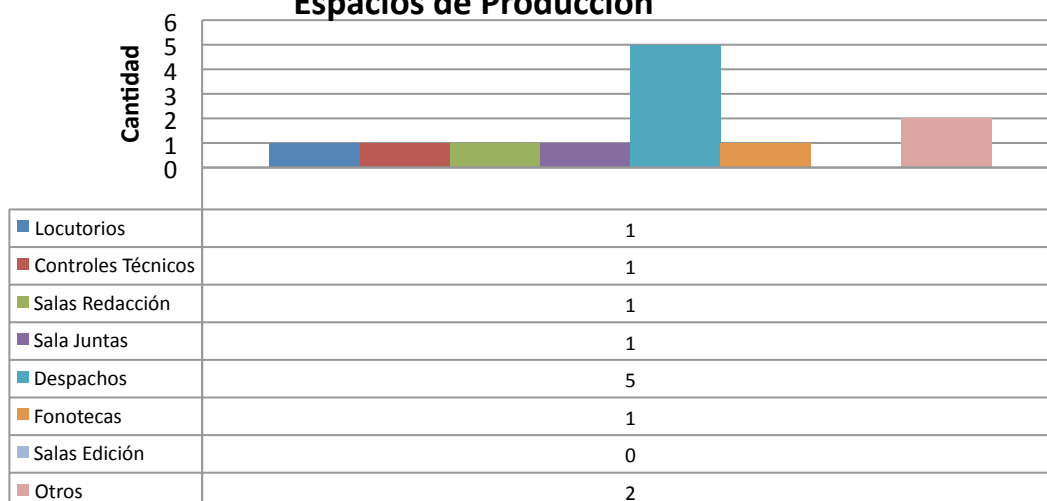
En cuanto al tipo de relación por perfil de integrantes, apreciamos que existen 12 profesores que tienen asignado parte de su desempeño docente en la emisora. Los alumnos tienen una relación de prácticas. Los administrativos únicamente están contratados en la emisora. En cuanto a los periodistas y profesionales, tres son contratados y 5 voluntarios, al igual que los realizadores externos o personal no profesional (técnicos, operarios, etc.).

Relación por Perfil



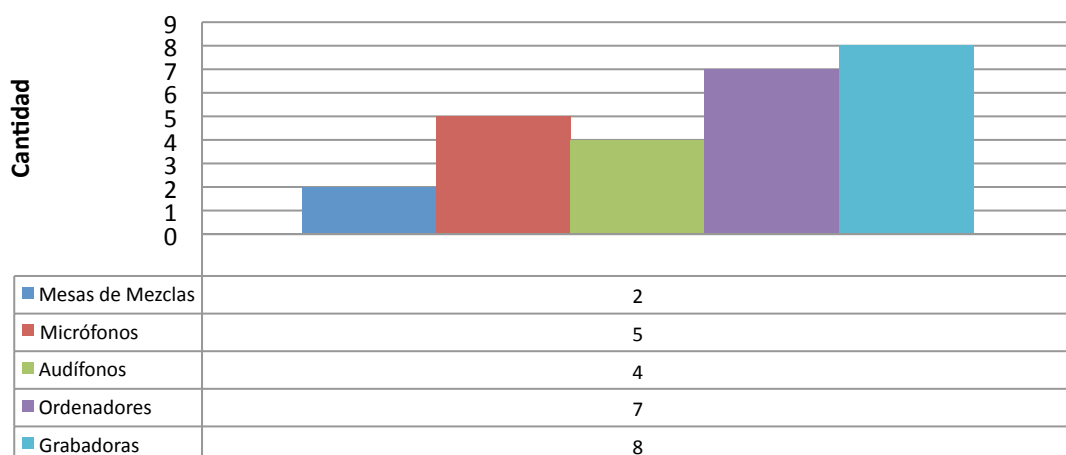
Sinigual FM Estéreo dispone de los siguientes espacios:

Espacios de Producción



En cuanto a los elementos técnicos de producción, la emisora cuenta con:

Elementos de Producción



9.1.18.3. Programación y Contenidos

Sinigual FM Estéreo maneja una programación mixta de lunes a domingo, en la que se intercalan franjas semanales con espacios temáticos diarios¹⁸⁴. Por tanto, cuenta con franjas pastorales, musicales e informativas con programas temáticos académicos.

La programación tiene una periodicidad fija y se elabora a partir de un comité de programación del Área de Comunicación¹⁸⁵.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Sí	Sí	No	Sí	Fija	Sí	Sí

- **Humanizándonos.** Temas de actualidad, de humanismo, antropología, teología literatura. Discusiones académicas en temas de humanidades
- **Oriente Empresarial.** Se habla con líderes de la región para dar a conocer sus anécdotas y experiencias en la vida empresarial.
- **Universidad al día.** Es la presencia informativa de la Universidad Católica de Oriente en donde se cuenta todo el acontecer de la Institución y en el Oriente Antioqueño.
- **Tiempo de Ingeniería.** Temas de actualidad, experiencias exitosas de nuestros estudiantes y egresados en el área de Ingeniería.
- **Diálogos de salud.** Se tratan diversos temas relacionados con el cuidado de la salud y la vida.
- **Enlace económico.** Temas económicos, reforma tributaria, NICN, noticias de actualidad en temas contables, económicos y administrativos.
- **Campo Agropecuario.** Se tratan temas agropecuarios variados a manera de charla informal. Información temática y aplicada a los procesos productivos agropecuarios.
- **Con Acción Uco.** Su objetivo principal es contar a toda la comunidad estudiantil los avances del proyecto Pedagogos.
- **Pareja, Amor y Proyecto.** Es un programa con y por la familia, apunta a generar reflexión en torno a las situaciones específicas que se presentan a lo

¹⁸⁴ Anexo A-PROT-23

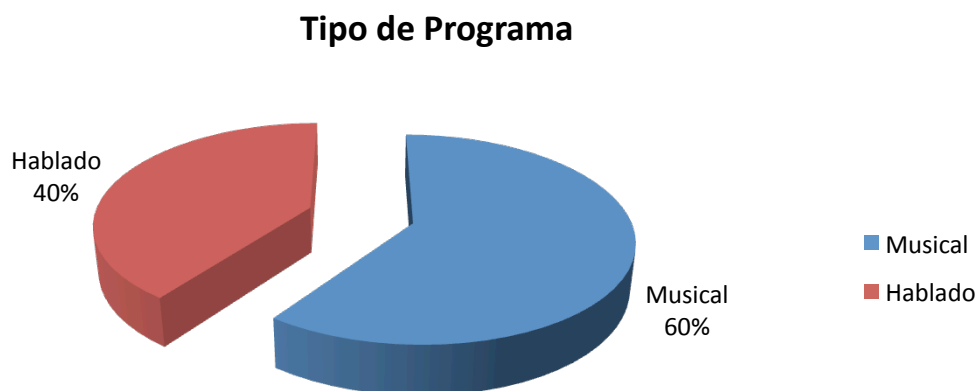
¹⁸⁵ Anexo A-ENTR-27

largo del ciclo vital en lo relacional, económico, social, tecnológico; desde una perspectiva antropológica cristiana. En cada programa se habla de un tema central, reflexión del día, tema musical y lectura bíblica aplicada a la realidad familiar.

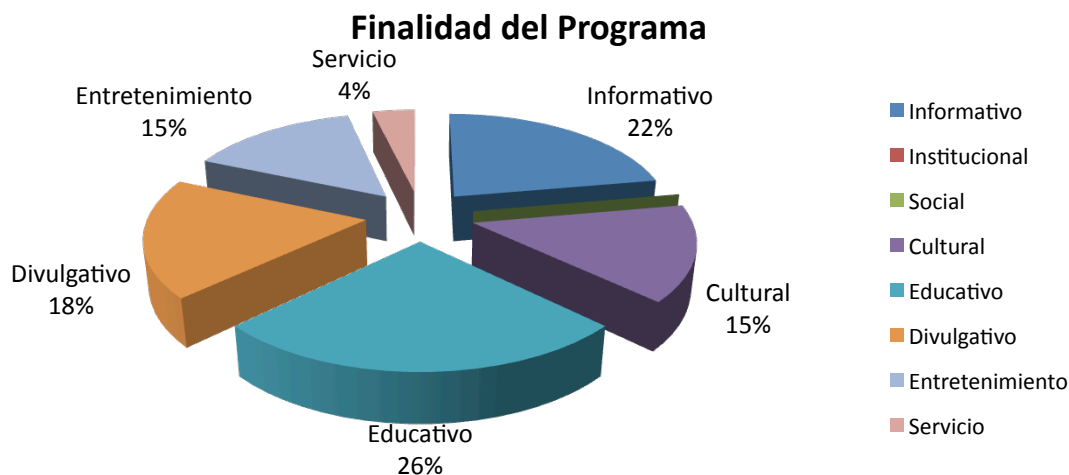
- **El Visor.** Radio revista de carácter periodístico con información de hechos y personajes del territorio. Se presentan formatos como reportaje, crónica, entrevista, notas documentadas y voxpop.
- **Hechos al derecho.** Basa su contenido en formar el conocimiento básico sobre sus derechos tanto fundamentales como sociales.
- **Aula Abierta.** Es un espacio de formación a la comunidad en general, sobre temas educativos en general, curriculares, pedagógicos y las experiencias de las diferentes propuestas e instituciones educativas que permiten reflexionar sobre los retos y los rumbos de la formación y la educación en la actualidad.
- **Geografías Musicales.** Espacio para conocer los ritmos y las culturas sonoras del mundo, la exclusividad de la World Music.
- **Putumayo World Music.** Voces, estilos, agrupaciones de la tradición musical del mundo pertenecientes al selecto catálogo del sello musical norteamericano “Putumayo World Music”
- **Jazz.** Un recorrido por la historia del Jazz, sus protagonistas y su permanente búsqueda de nuevas formas de expresión. Es un espacio para evocar sus creadores y su trascendental influencia en nuestro tiempo.
- **Evolución.** Espacio de la música de vanguardia en sus diferentes expresiones, agrupaciones, solistas de la escena musical mundial.
- **A 45 revoluciones por minuto.** Especial cultura musical de los años 60s y 70s.
- **Mentes Creativas.** Programa donde se cuenta como se proyecta la región y como se adelantan los procesos estratégicos que potencializan el emprendimiento en todo el territorio. El programa se asemeja a un magazine informativo que está dividido en 4 secciones.
- **Voces del Territorio.** Es un programa radial de pobladores para pobladores promovido por Prodepaz y tiene como propósito informar y generar un vínculo mayor con la población del Oriente Antioqueño y Porce Nus. Resaltando el papel de los pobladores como protagonistas del desarrollo; teniendo presente que el verdadero desarrollo se construye desde el trabajo conjunto entre el sector privado, público y social-comunitario.

- **Literatura y Discusión.** A lo largo del programa se conversa con relación a reconocidos escritores. Además se lee “literalmente” parte de las obras de los escritores invitados. Hay un acercamiento a la vida de los autores y también se informa la actualidad cultural local.
- **El baúl del recuerdo.** Programa musical-informativo en los géneros boleros, rancheras, tangos, colombiana, española, mexicana y tropical, También se hace homenaje a los artistas que están de cumpleaños y a los artistas fallecidos o que generan noticia internacional.
- **Al encuentro con los Clásicos.** Espacio dedicado a la Musica Clásica, compositores, directores de orquestas e intérpretes, así como también personajes del mundo del arte y la cultura y su relación con la música clásica.
- **Santo Rosario.** El rezo del Santo Rosario, y la meditación de los misterios de cada día.
- **La Palabra Hoy.** Reflexión y comentarios al Evangelio de cada día.
- **El Santo del Día.** Breve historia de los santos del calendario católico.
- **Testigos de la FE.** Espacio para profundizar en los aspectos más importantes de nuestra fe.
- **Santa Misa.** Espacio dirigido a personas que por alguna imposibilidad grave no pueden asistir al culto dominical. Se transmite en vivo desde La Parroquia Madre de la sabiduría en nuestra Universidad.
- **En Oración con María.** Espacio dedicado a la oración y a la meditación en temas Marianos y un mayor conocimiento de la madre de Dios.

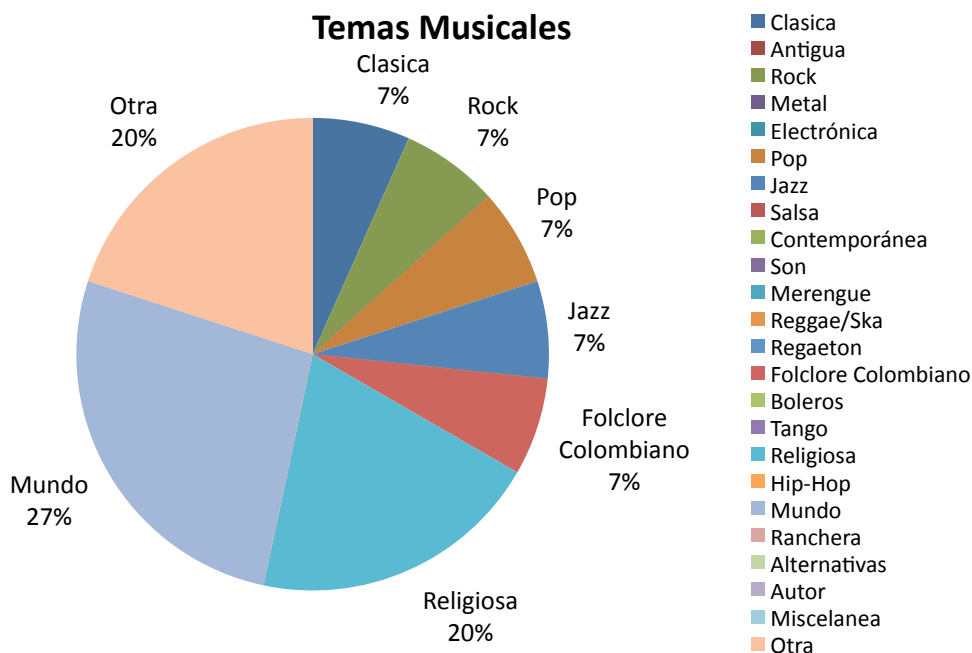
Podemos ver que la programación está compuesta por un 60% de contenidos musicales y un 40% de programas hablados.



En cuanto a la finalidad de la programación, el **26%** de los programas tienen un objetivo **educativo**, seguido, con un **22%**, del **informativo**. Con un **18%** **divulgativo**. **Entretenimiento** un **15%**, al igual que el **cultural**. Por último, con un **4%**, programas de **servicio**.

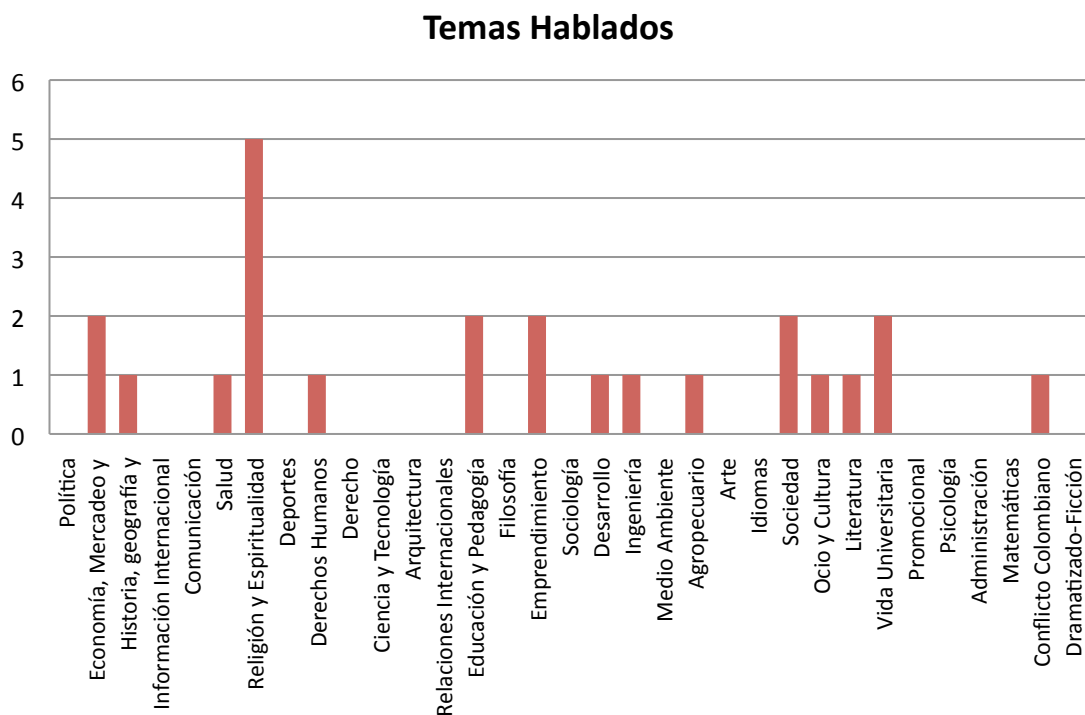


En cuanto a los temas musicales, observamos que Músicas del Mundo tiene un peso del **27%** de la programación de carácter musical, seguido de música religiosa con un **20%**. Otras músicas (como Jazz, músicas de los 60's y 70's, etc.) tienen un **20%**. Clásica, Rock, Pop, Jazz y músicas regionales tienen, cada una, un **7%** de peso.



En cuanto a los temas hablados, Sinigual FM Estéreo maneja los temas religiosos y espirituales como principal contenido programático, seguido de temas relacionados con

el desarrollo: economía, emprendimiento, sociedad, educación. Le siguen los temas institucionales o de vida universitaria (de la propia institución) y programas divulgativos en los que se vinculan los programas académicos a las dinámicas de la región.



9.1.18.4. Distribución

Sinigual FM Estéreo es una emisora con licencia comercial¹⁸⁶, que emite a través de la Frecuencia Modulada 93.3 MHz. Tiene una cobertura Zonal y llega a todo el Oriente Antioqueño. Cuenta con un satélite de recepción.

De forma paralela transmite su señal analógica a través de Internet <http://www.uco.edu.co/sinigual/Paginas/default.aspx> Cuenta con perfiles en las redes sociales Facebook <https://www.facebook.com/sinigualfm?ref=hl> y Twitter @SinigualFM. Dispone de un servicio de Podcast alojados en la plataforma de Ivoxx http://www.ivoxx.com/perfil-sinigual-fm-estereo-93-3_aj_743524_1.html Igualmente, además de poder escuchar la emisora por su página web, se puede seguir a través de la aplicación Tunein.

Radio Frecuencia						
Licencia	Frecuencia	Emisor	Antena	Categoría de Cubrimiento	Área geográfica de	Satélite

¹⁸⁶ Anexo A-PROT-21

							Cubrimiento			
Comercial	93.3 F.M.	Potencia	Altura		Zonal	Zonal Restringido	Local Restringido	Oriente Antioqueño		Recepción
		5 Kw	-		X					
Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación	Winamp	Propio	Externo		Sí	Facebook Twitter	Tunein	Sí	
64 Kbps	Mp3			X						

9.1.18.5. Difusión

A partir de los objetivos de la Universidad y del lineamiento con la emisora de radio; de la estructura de producción y distribución; y de los contenidos y su articulación en la parrilla de programación, podemos definir el Público Objetivo de Sinigual Estéreo como adulto y adulto mayor, con un gran componente rural, que requiere educación y formación en aspectos productivos y económicos; religioso y arraigado en música colombiana, boleros, romántica, etc. Personas que se ven afectadas por el conflicto y la coyuntura de desigualdad estructural de Colombia. Sin embargo, al estructurarse en franjas programáticas, también puede acoger un público minoritario, con una nivel socio cultural mayor.

9.1.19. Universidad Autónoma de Manizales: Radio Cóndor

Fechas de análisis: 24 de junio de 2013

La Universidad Autónoma de Manizales se funda en 1979, a manos de un grupo de grandes empresarios de la zona, ante la necesidad de crear una institución en la que la población de Manizales pudiera realizar sus estudios universitarios sin necesidad de desplazarse a Bogotá, Medellín o Cali.

La universidad es una institución de educación superior perteneciente a la Fundación para el Desarrollo Educativo de Caldas (FUNDECA), cuyo objetivo es apoyar y promover programas y proyectos, que contribuyan a mejorar la calidad, pertinencia y cubrimiento de la educación en Caldas, a través de estrategias que posibiliten el desarrollo científico, ambiental y cultural de la educación a todos sus niveles¹⁸⁷.

9.1.19.1. Variable Empresarial y Organizativa

FUNDECA, como fundación “gestora”, cuenta con una serie de proyectos con los que alcanzar sus objetivos estratégicos:

- Contribuir al desarrollo de la educación en Caldas, en sus diferentes niveles
- Buscar alternativas que permitan aumentar la cobertura y mejorar la calidad de los servicios educativos desde preescolar hasta doctorado
- Realizar alianzas estratégicas para el desarrollo de procesos de investigación y desarrollo, que permitan dar respuesta a las necesidades actuales
- Apoyar y gestionar el desarrollo de programas educativos innovadores que permitan la formación del recurso humano en diferentes áreas
- Propiciar el desarrollo de las capacidades locales:
 - Innovación
 - Creatividad
 - Capacidad emprendedora
 - Manejo de Información
 - Organización del conocimiento.

Estos “proyectos” son, entre otros, la Universidad Autónoma de Manizales y Radio Cóndor.

¹⁸⁷ <http://www.fundeca.org.co> fecha de consulta 24 de junio de 2013

La universidad, como institución de educación de carácter privado y autónomo tiene la misión de contribuir a la formación de personas éticas y emprendedoras, con pensamiento crítico e innovador, en un marco de responsabilidad social, a partir de la dinamización del conocimiento y el compromiso con la convivencia pacífica y el desarrollo regional sostenible. Siendo sus valores la Autonomía, la Honestidad, el Respeto, la Solidaridad, la Criticidad y la Excelencia.

Radio Cóndor, por su parte es una emisora que en sus orígenes pertenecía a los Padres Claretianos. En 1979 se lleva a un acuerdo con la FUNDECA para adquirir la frecuencia de emisión, de forma que el 20 de agosto de ese mismo año pasaría a ser propiedad de la Fundación y, de forma latente, la Universidad Autónoma de Manizales.

Radio Cóndor cuenta con una licencia comercial y emite a través de la frecuencia en A.M. 1540 Khz. Tiene como objetivo promover la cultura en la región¹⁸⁸.

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad Autónoma de Manizales		Privada	Regional	1	Comercial
Adscripción	Fundación	Rector	Gabriel García Gómez	Unidad	-
Director Radio	Ana María Mesa				
Nombre Emisora	Radio Cóndor				
Presupuesto	Mixto: Institucional – Propio				
Objetivo	Extensión – Cultural				

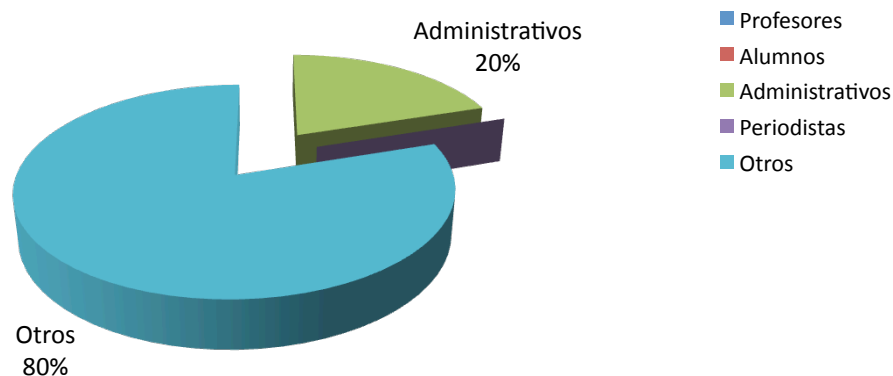
9.1.19.2. Productiva

Radio Cóndor está integrada por **5 miembros**¹⁸⁹: 1 administrativo, que es el director y 4 operarios entre programador, locutores, fonotecario y transmisionista.

¹⁸⁸ Anexo A-ENTRE-29

¹⁸⁹ Anexo A-PROT-22

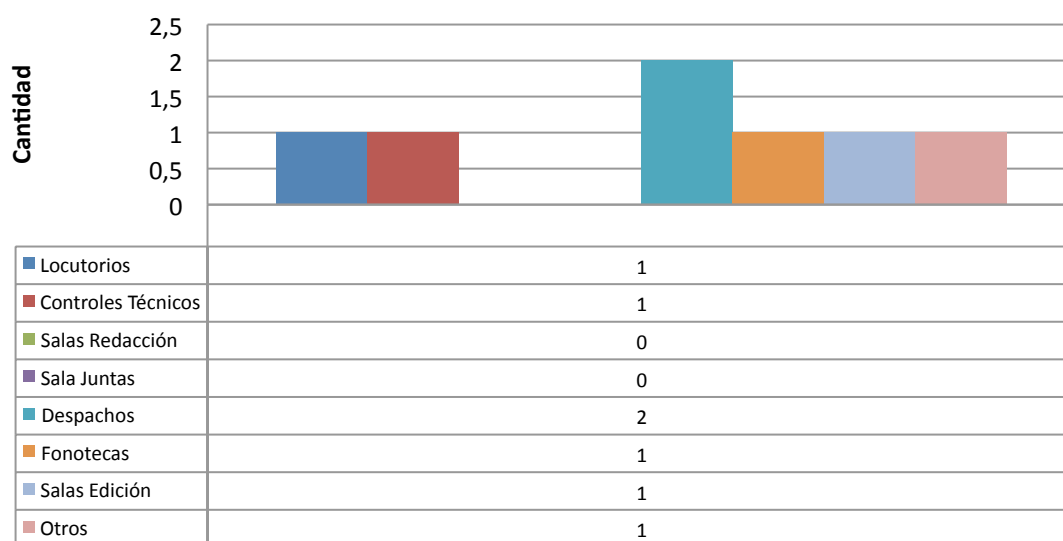
Perfiles del equipo de Producción



El perfil que se busca, por la naturaleza de la emisora, es un gestor cultura y técnicos.

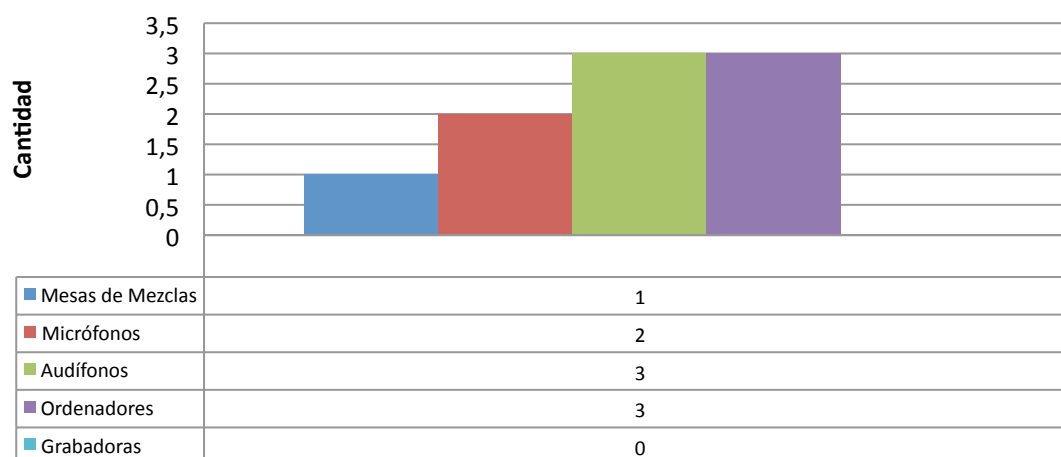
En cuanto al espacio de la emisora, Radio Cóndor tiene unas instalaciones que ocupan 100 metros cuadrados.

Espacios de Producción



En cuanto a los elementos técnicos de producción:

Elementos de Producción



9.1.19.3. Programación y Contenidos

Radio Cóndor plantea una programación por franjas de lunes a domingo, salvo el espacio comprendido entre las 11 y las 12 del mediodía y las 9 y las 10 de la noche, que tiene una franja de programas temáticos¹⁹⁰.

Gran parte de los contenidos son fruto de convenios con la Red de Radios Universitarias de Colombia, emisoras internacionales y productores externos. La parrilla de programación tiene una concepción Anual¹⁹¹.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
No	No	No	Sí	Anual	Sí	Sí

Los contenidos de Radio Cóndor son:

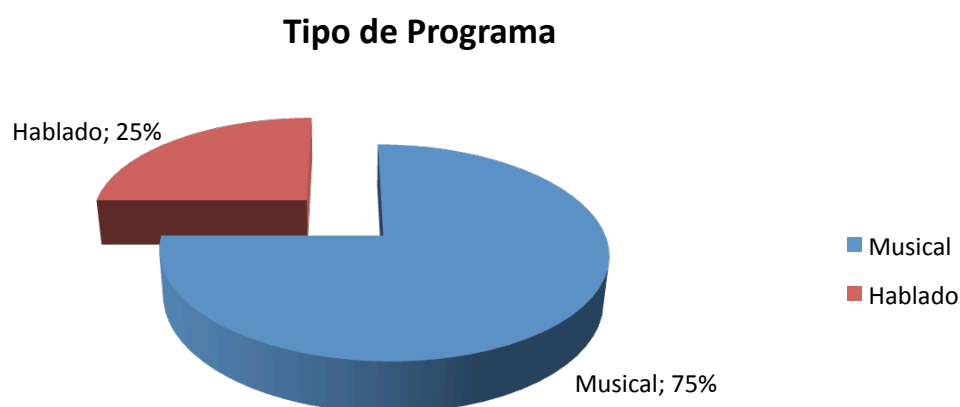
- **Concierto de la medianoche, Concierto del mediodía, Concierto de la tarde, Aniversario musical, Música Sinfónica, Música Barroca, Aria, Ópera, Música Religiosa, Música de Cámara.** Espacios de música clásica, producidos por Radio Cóndor, con libretos de Gabriel Eduardo Jaramillo y Andrés Gualdrón.

¹⁹⁰ Anexo A-PROG-24

¹⁹¹ Anexo A-ENTR-29

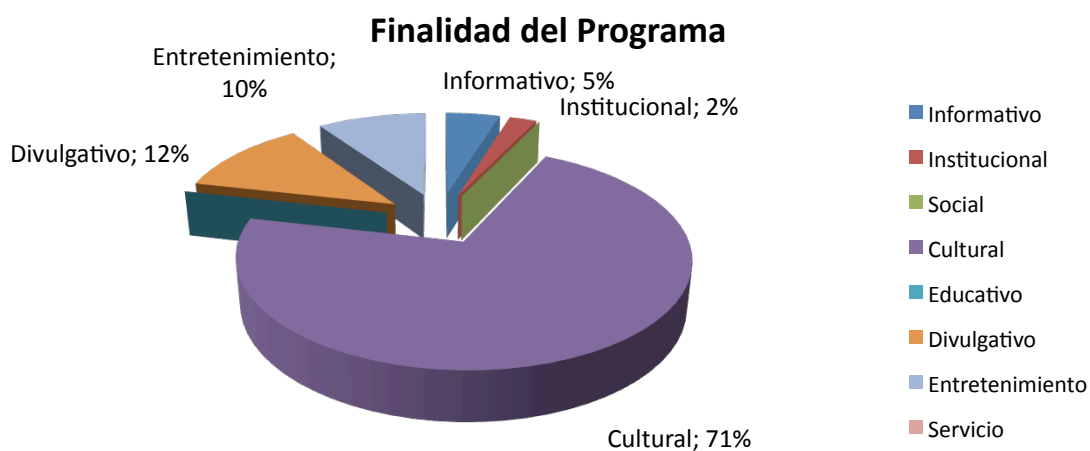
- **Colombia en Canciones, Música Instrumental Colombiana, Colombia en su Música.** Espacios de música colombiana, producidos por Radio Cóndor, libretos de Patricia Cañón y Andrés Ferreira.
- **Espacios de emisoras internacionales.** Desde Europa con Melodías, Pop sin Fronteras y Ritmo Peligros, Vibraciones en Jazz, Perfiles de RFI, Puente de las Artes, Música Country, Top Ten.
- **Espacios de emisoras de la RRUC.** Tiempo de Bolero, Tangos en la noche, Concierto Caribe, Jazz en Clave Caribe, Razones para la Música.
- **Espacios producidos por la RRUC en alianza con otras entidades.** Voces Unidas, Cien Años de Soledad, Palabras Cruzadas.
- **Programas de contenido producidos por Radio Cóndor.** Magazin informativo Radio Cóndor, Periodismos, Nuestros Maestros, Ciencia Tecnología e Innovación, La balsa de la medusa, Observatorio del Concejo de Manizales, Momentos de Balada, El Arte del Ruido.
- **Programación musical diversa.** Grandes Orquestas, Selección de Música Colombiana, El programa del oyente, Jazz Clásico, La Ruta 5:30.
- **Programas de productoras independientes.** Rompecabezas, vacaciones de un día, Naturaleza Diversa.

Radio Cóndor está compuesta por un **75%** de programas **musicales** y un **25%** de **hablados**.

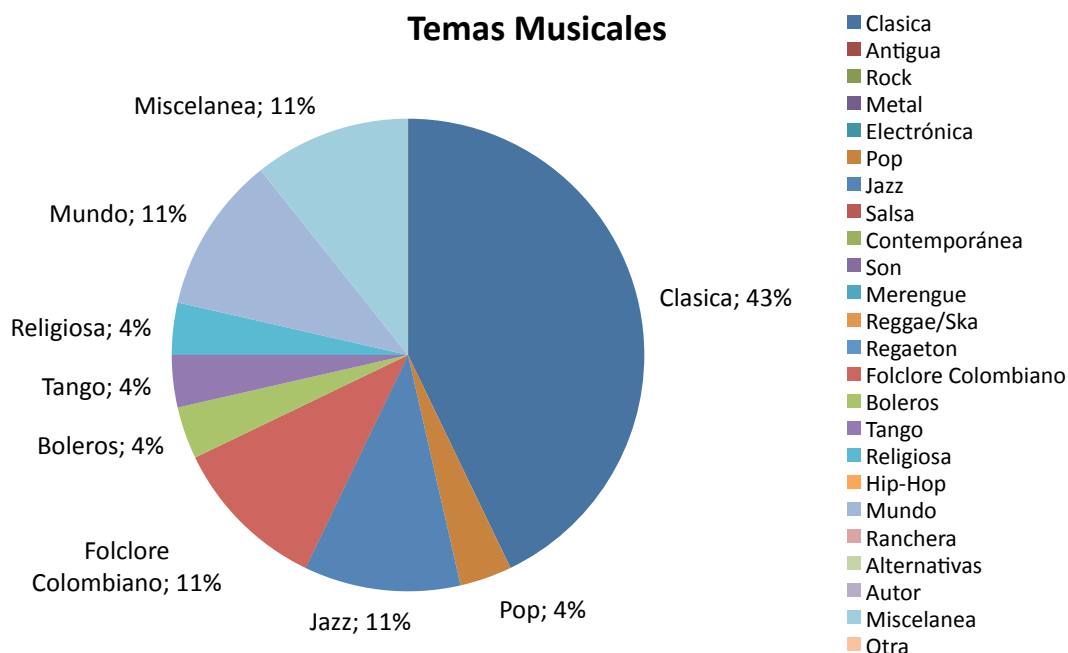


En cuanto a la finalidad de los programas, el **71%** de ellos son **culturales**, el **12%** **divulgativos**, seguido de los programas de **entretenimiento**, con un **10%**. En el cuarto

lugar están los programas **informativos**, con un **5%** y, por último, los **institucionales** con un **2%**.



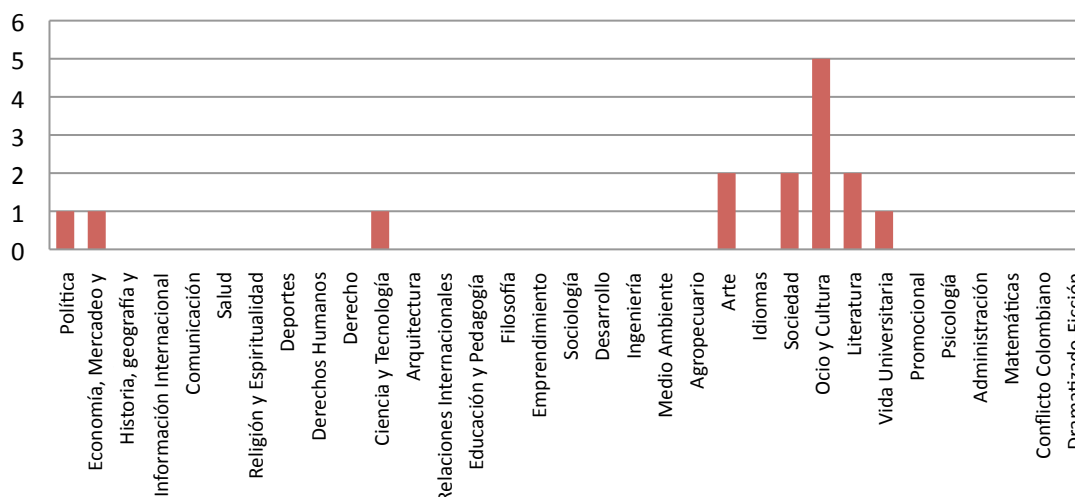
En cuanto a los temas musicales que contiene su programación, apreciamos que el 43% de la música es clásica. Si bien matizamos, la programación se divide en épocas y géneros: barroca, renacentista, aria, cámara, sinfónica, etc. Le siguen espacios centrados en música colombiana, Jazz y música variada, con un 11% cada una. Con un 4%, están: música religiosa, Boleros, Tango y Pop, respectivamente.



En cuanto a los temas tratados en los programas hablados, apreciamos que el que más peso tiene es el de ocio y cultura, seguido por los de arte, literatura y sociedad. Le sigue,

con el programa Periodismos, temas de política y economía en contexto. Este es un programa coproducido por Radio Cóndor y el periódico La Patria.

Temas Hablados



9.1.19.4. Distribución

Radio Cóndor cuenta con una licencia de emisión Comercial, a través de la frecuencia en Amplitud Modulada 1540 KHz de Zonal Restringido. De forma paralela retransmite su señal por Internet a través de la página web <http://www.radiocondor.fundeca.org.co/> Tienen perfil en las redes sociales Facebook <https://www.facebook.com/radiocondor1540?fref=ts> y Twitter @radiocondor

Radio Frecuencia										
Licencia		Frecuencia	Emisor	Antena	Categoría de Cubrimiento			Área geográfica de Cubrimiento	Satélite	
-Comercial		A.M. 1540	Potencia	Altura	Zonal	Zonal Restringido	Local Restringido	Manizales y alrededores	No	
			-	-		X				
Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación	Flash Player	Propio	Externo		Sí	Facebook Twitter	-	Sí	No
-	-		X							

9.1.19.5. Difusión

A partir de los objetivos de la emisora y su lineamiento maestro con la universidad; de la estructura de producción y distribución, así como de la programación de contenidos, se puede determinar que el Público Objetivo de Radio Cóndor está conformado por

adultos y adultos mayores con una estética tradicional, melómano y con nivel cultural alto.

9.1.20. Universidad de Manizales: UM Radio

Fechas de análisis: 24 de Junio de 2013

La Universidad de Manizales es una universidad privada que comenzó su proyecto institucional como una cooperativa de trabajadores para el Fomento de la Educación Superior en julio de 1972.¹⁹² Once años después tendría que modificar su razón social, y en 1983, pasaría a ser Fundación Universitaria de Manizales. En 1992 el Ministerio de Educación le otorgaría el reconocimiento institucional como universidad.

Iniciaría su actividad académica con los estudios de Contaduría Pública, Derecho, Economía y Psicología, en la sede del Instituto Tecnológico Industrial. En la actualidad, tiene matriculados unos cinco mil estudiantes matriculados entre programas profesionales y de postgrado entre las áreas de ciencias sociales, ciencias económicas, ciencias de la ingeniería, ciencias jurídicas y ciencias de la salud.

Los objetivos de la Universidad de Manizales son, desde los valores de “la solidaridad, la pluralidad, la equidad y la justicia social”, desplegar su acción educativa y cultural articulando los procesos de formación de profesionales críticos, creativos y comprometidos con el país; Construir conocimientos válidos y pertinentes; e interactuar con el entorno persiguiendo la promoción del desarrollo humano y social¹⁹³.

9.1.20.1. Variable Empresarial y Organizativa

La Universidad de Manizales entiende que las instituciones de educación superior “deben formar personas con juicio propio, autónomas; ciudadanos que no tengan como premisa fundamental de su vida el consumo, sino que por el contrario sean capaces de darle sentido al entorno con el propósito de transformarlo. En suma, formar personas aptas, competentes y técnicamente bien preparadas para el ejercicio de la democracia”. Con base en esa premisa, la universidad se fundamenta en los siguiente principios:

¹⁹² Anexo A-ENTR-31

¹⁹³ Anexo A-EST-21

- **“Racionalidad.** La Universidad de Manizales es por naturaleza humanista, concepto que es altamente compatible con la ciencia, la técnica y la innovación, las cuales son medios para alcanzar determinados fines. Se considera que una educación superior universitaria que no posea un pensamiento vigoroso, es una universidad incompleta. Nuestra historia de 38 años dejó atrás el viejo dilema que plantea que hay dos mundos aislados: en uno, están las ciencias y las disciplinas; y en el otro, las humanidades. La misión de una universidad está en la búsqueda de múltiples enlaces que los unan; y éstos se encuentran en las interdisciplinas y las transdisciplinas.
- **Razonabilidad.** A partir de los procesos integrales de comprensión y explicación del universo, se materializa –al mismo tiempo– la formación moral, es decir, la universidad debe educar para la defensa de los derechos civiles y sociales, de la dignidad de las personas. La razonabilidad es una virtud básica para que los ciudadanos, que pertenecen a sociedades plurales, puedan convivir en una sociedad en donde la justicia, la equidad y la responsabilidad sean posibles. La razonabilidad es una manera de ser tolerantes de forma solidaria con los Otros y las Otras; esta condición permite poder escucharlos, reconocer que sólo de manera conjunta –y a partir de elementos disidentes–, se pueden llegar a acuerdos y entendimientos. Un discurso y una actitud razonables determinan los linderos entre lo tolerable y lo que no lo es, y facilitará defender lo público. Un comportamiento razonable es prudente y permite la construcción de una vida democrática. El término razonable proviene del latín *rationabilis*, que quiere decir justo, conforme a la razón. Y también se puede hablar de *raisonnable*, que significa que se posee razón, esto es, el que piensa u obra de tal manera que lo que hace es mostrar un juicio sano, justo, equitativo en todos los asuntos de las actividades humanas. Desde una perspectiva jurisprudencial, se puede aseverar que lo razonable es lo que se ajusta a la Constitución, pero más que a la letra misma, a su espíritu; por el contrario, lo irrazonable sería lo inconstitucional. En este sentido, existen dos principios sustantivos que fundamentan la reglamentación de los derechos, deberes y garantías constitucionales: la legalidad; y la razonabilidad. El concepto de razonabilidad, también puede ser entendido como una fusión de los términos razón y sensibilidad; al igual que en el mismo caben a la vez raciocinio y sentimiento, argumentos lógicos e imaginaciones estéticas. Finalmente, se trata de entender que en la Universidad

de Manizales, el pilar de la razonabilidad abre el espacio de los entendimientos, de los acuerdos, de la búsqueda de fronteras, de las mediaciones...; elementos que son imprescindibles en espacios plurales, multiétnicos, multilingüísticos, multiculturales, propios de una institución de educación superior. En consecuencia, la Universidad de Manizales no se involucra bajo ningún punto de vista en la resolución de los conflictos por otra vía que no sean las palabras, el discurso mismo. En consecuencia, es relevante pensar racionalmente en las ideas y su uso siempre desde la fuerza argumentativa. De igual manera, trasiegan sus pasillos virtudes como la lealtad, la solidaridad, la hospitalidad, la libertad de expresión, la amistad, el valor civil de decir lo que hay que decir, la honestidad moral e intelectual y la confianza, entre otros. Todos éstos deben ser mirados como valores epistémicos y valores morales.

- **La educación es política.** La política vuelve a recorrer los pasillos de nuestra Universidad. La sociedad de la Universidad de Manizales, debe reconocer que el sentido de cierta resistencia ofertada por un determinado tipo de ciudadanos con una desarrollada capacidad crítica, es una prueba fundamental de existencia. Este reconocimiento parte del hecho de que la crisis por la que atravesamos en este país –y no sólo aquí– nos obliga, a asumir una toma de conciencia cuyos resultados se convierten para nosotros en acciones políticas. Ser universitario, no sólo es considerar posturas eminentemente racionales, también hay que pensar en acciones políticas.
- **La libertad es un referente trascendental.** La Universidad de Manizales es un proyecto Moderno que tiene que estar conformado por espíritus libres. Esto quiere decir que todos y cada uno de quienes pertenecemos a esta sociedad universitaria, somos seres que además de poseer la facultad de la razón, tenemos esperanzas, sueños, anhelos, deseos... Por lo tanto, todos y cada uno de nosotros hemos recibido una herencia de ya 38 años de historia, de la que somos responsables individual y socialmente. Y también lo somos moralmente por lo que hagamos de aquí en adelante. En consecuencia, los conceptos de libertad y moral se vuelven dos caras de una misma moneda. Somos libres para pensar y actuar en todos los micro y macroespacios; lo que implica que estos deben ser orientados por el faro de la conducta individual y colectiva.

- **El amor: un motor móvil.** Se cuenta con una Universidad en donde no sólo exista el amor como el motor móvil que todo lo impulsa, sino que todos los que estén vinculados con ella, sueñan e imaginan lo imposible no sólo dentro de las oficinas o las aulas de clase, sino que el amor mismo, la imaginación y los sueños caminen los pasillos, la cafetería, los parqueaderos, las canchas, los campus, todo rincón de la Institución. El amor junto con la imaginación, que no es otra que la “loca” de la casa, debe permitirnos caminar sobre la calzada de las incertidumbres en las que todos nos movemos”¹⁹⁴.

UM Radio es una emisora web, pensada para impulsar la formación de alumnos, la actividad académica y la promoción cultural de la región. UM Radio busca la construcción de ciudadanía, democracia y convivencia pacífica y se articula con base a las políticas de desarrollo nacional y mundial.

La misión de UM Radio es difundir mensajes culturales, académicos, educativos, formativos e informativos, que permiten el reconocimiento de espacios, actores, sucesos, productos y actividades propias de la diversidad cultural existente en la ciudad y el mundo. Y sus principios son reconocer los múltiples grupos sociales que conforman la ciudad, propiciar espacios de encuentro y diálogo que posibiliten afianzar la tolerancia y respetar a la diferencia.

La emisora de radio depende económicamente de Rectoría, y productivamente del Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas.

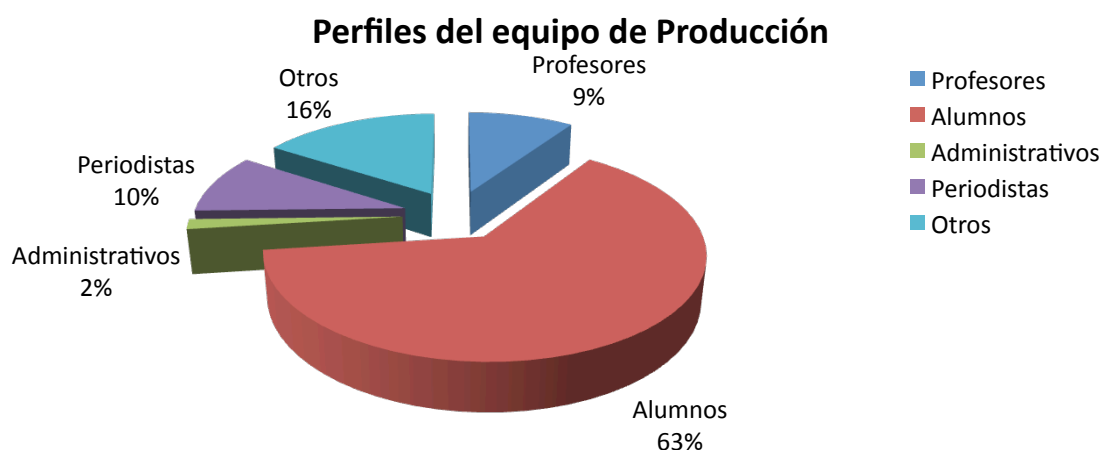
Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad de Manizales		Provado	Regional	1	No Aplica
Adscripción	Facultad Comunicación	Rector	Orlando Sierra	Unidad	-
Director Radio	Jhon Jairo Herrera				
Nombre	UM Radio				

¹⁹⁴ <http://www.umanizales.edu.co/index.php/typography/acerca-de-la-um/mision-vision-y-principios>
Fecha de consulta 30 de Junio de 2013

Emisora	
Presupuesto	Institucional
Objetivo	Formativo

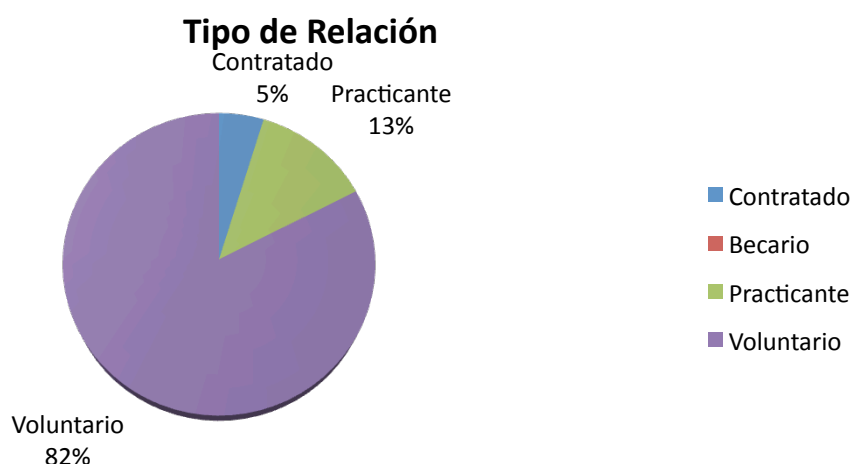
9.1.20.2. Productiva

UM Radio¹⁹⁵ está integrada por **63 personas**, de las cuales el **63%** son **alumnos**, el **9%** son **profesores**, el **2%** son **administrativos**, el **10%** **profesionales** y el **16%** tienen **otro perfil**.



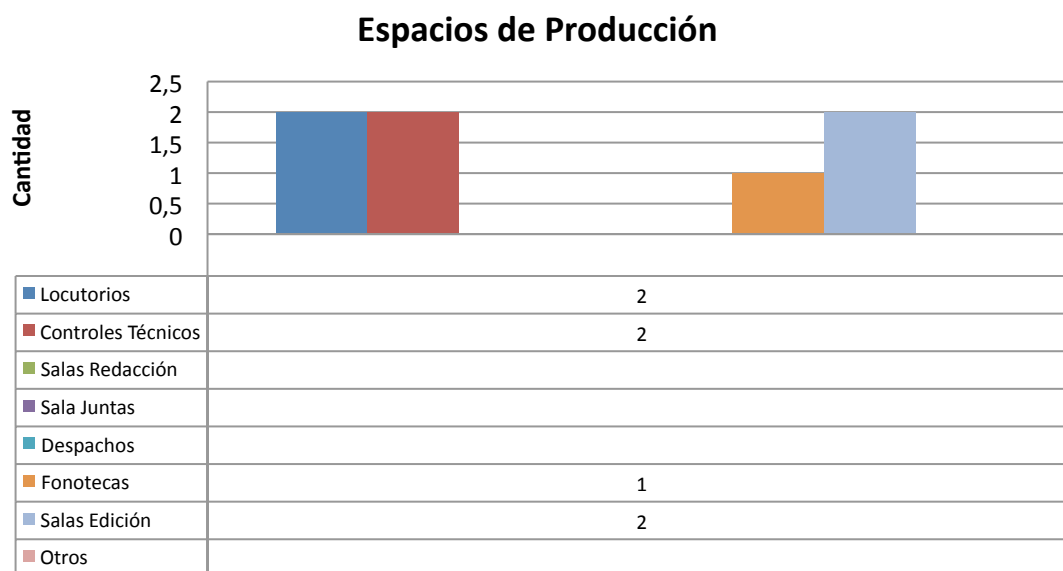
En cuanto al tipo de relación que mantienen, el 82% de los integrantes son voluntarios, el 13% practicantes y el 5% contratados. De los contratados, profesores, están en nómina en la universidad y compatibilizan labores docentes con la dirección de la emisora de radio web.

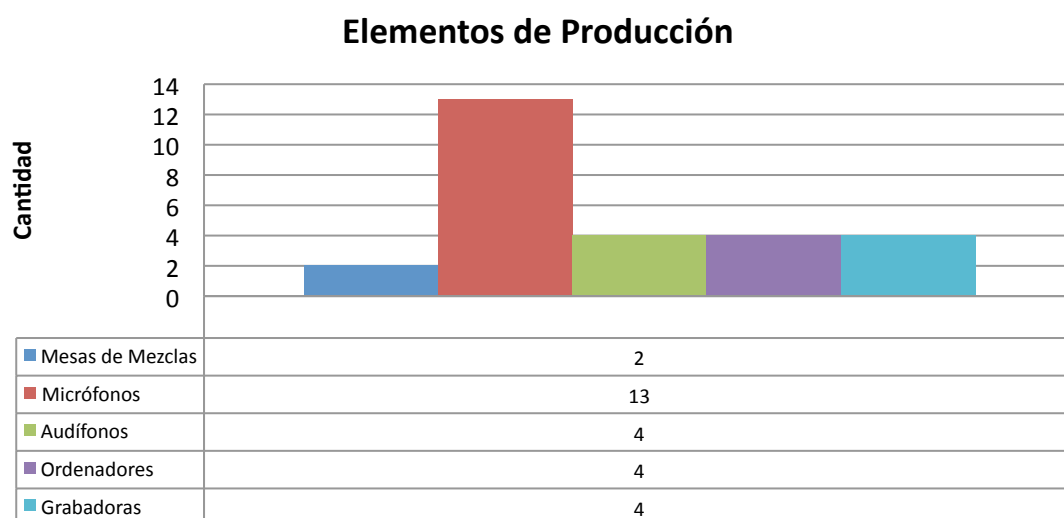
¹⁹⁵ Anexo A-PROT-23



UM Radio cuenta con dos locutorio, dos controles técnicos, dos despachos y dos salas de edición. Los espacios de la emisora se comparten con los Talleres de Radio del programa de Comunicación Social y Periodismo.

En cuanto a los elementos técnicos de producción, UM Radio cuenta con dos mesas de mezclas, una por estudio, 13 micrófonos, 4 cascos, 4 ordenadores y 4 grabadoras de sonido. Como software de edición de audio utiliza el *Adobe Audition* y como programa de gestión de contenidos emplea el Zara Radio.





9.1.20.3. Programación y Contenidos

UM Radio¹⁹⁶ estructura su programación de lunes a viernes y de sábado a domingo.

Entre las 12 de la noche y las 8 de la mañana hay franjas musicales. De 8 a 9 hay una franja informativa. De 9 a 12 de la mañana regresa a la franja musical. Entre las 14 y las 22 horas la programación es estructura en programas temáticos. De 22 a 24 horas retoma las franjas musicales. Los fines de semana hay una gran franja musical de 2 a 10:30 horas, y de ahí hasta las 24 horas se estructura mediante programas temáticos (hablados y musicales).

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
No	Sí	Sí	Sí	Semestral	Sí	-

Los contenidos de la emisora son:

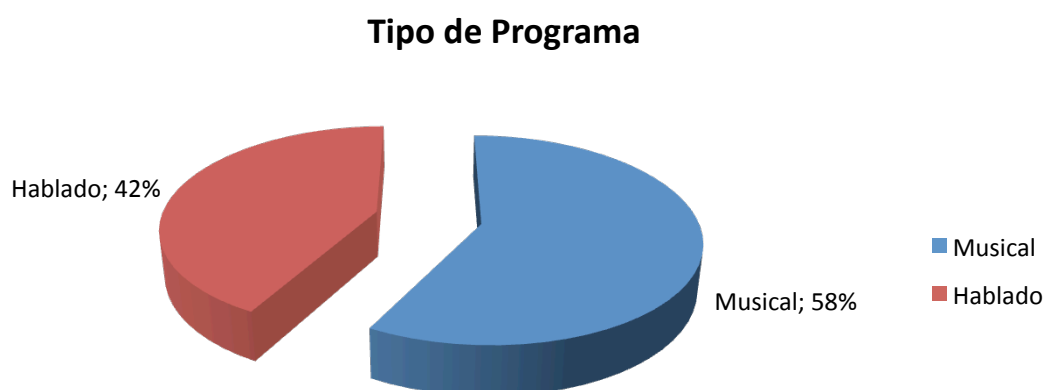
- **El Transistor.** Radiorevista producida por cinco estudiantes, dirigido a jóvenes. Cuenta con secciones y aborda temas propios de los universitarios.
- **Franja en Vivo.** Programas temáticos sobre vida universitaria, medio ambiente, cultura, deportes, etc, realizado por estudiantes del Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales.
- **Documentos.** Selección de los mejores programas realizados por estudiantes de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales.

¹⁹⁶ Anexo A-PROG-25

- **La revista semanal.** Radiorevista que aborda temas y personajes del arte, música, ciencia y tecnología.
- **Contacto UM Radio.** Programa que aborda hechos noticiosos y vida universitaria
- **UN News.** Informativo con énfasis en temas que contengan datos específicos sobre el acontecer actual local, nacional e internacional.
- **Talla XL.** La cultura en todas sus dimensiones se viste con Talla XL, un espacio para conocer el mundo del arte y el espectáculo.
- **Vox populi.** Programa de variedades que trata todos los temas que le interesan a los universitarios, a través de la interacción de las redes sociales.
- **Mundo Música.** Especial musical con artistas del momento.
- **Acordes.** Acordes es un programa que busca por medio de la radio digital revitalizar la música colombiana; comprendiendo que el sello no es aquel estigma de lo tradicional, sino que éste se da cuando la música y otras culturas se mezclan para alimentar el folclor. Es por eso que no sólo se abordan géneros tradicionales y modernos sino también se abre un espacio para las voces extranjeras que puedan nutrir el repertorio colombiano.
- **Eje rockero.** Eje Rockero es un programa hecho con el fin de generar un espacio para los amantes del rock, muchos de sus subgéneros y vertientes, principales artistas, bandas e intérpretes, también con la idea de aportar algo positivo a la gente que lo escuche, porque con este programa pueden aprender datos y antecedentes que son interesantes para los fanáticos al sonido del Rock and Roll.
- **El Ampleto.** El Ampleto busca ser un programa producido por estudiantes universitarios que se dedique a la promoción musical de los artistas y bandas de géneros musicales poco apoyados en las cadenas comerciales de la ciudad y del país, siendo así un generador de cultura para quienes hacen parte de la audiencia del programa.
- **H Sound.** Sonidos de vanguardia dentro de la música de baile (House, Electro, Dance, Funk, Tech etc) todos ellos mezclados con un toque muy característico por el DJ Andrés Honrubia.
- **Global H Sound.** Mezcla dance de los 90's de Andrés Honrubia.
- **Jazz UM.** Rotación de los temas más destacados en este género musical

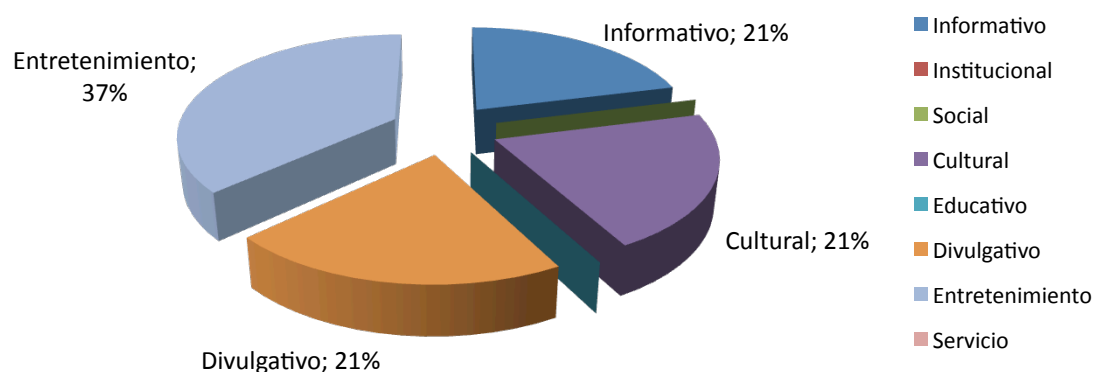
- **Música para la mañana.** Rotación de baladas en inglés, francés, italiano y portugués.
- **Músicas étnicas.** Selección de ritmos musicales culturales africanos, celtas, árabe, etc.
- **Pop y Rock.** Rotación de éxitos musicales del Pop y del Rock en inglés y español de los 80's y 90's
- **Tiempo de clásicos.** Selección de temas anglo consagrados de los 80's y 90's.
- **Conexión Europa.** Éxitos del momento presentados por Gustavo Olivetti.
- **Radio Reggae.** Selección musical del Reggae.

La programación de UM Radio está compuesta por un **58%** de programas **musicales** y un **42% hablados**.



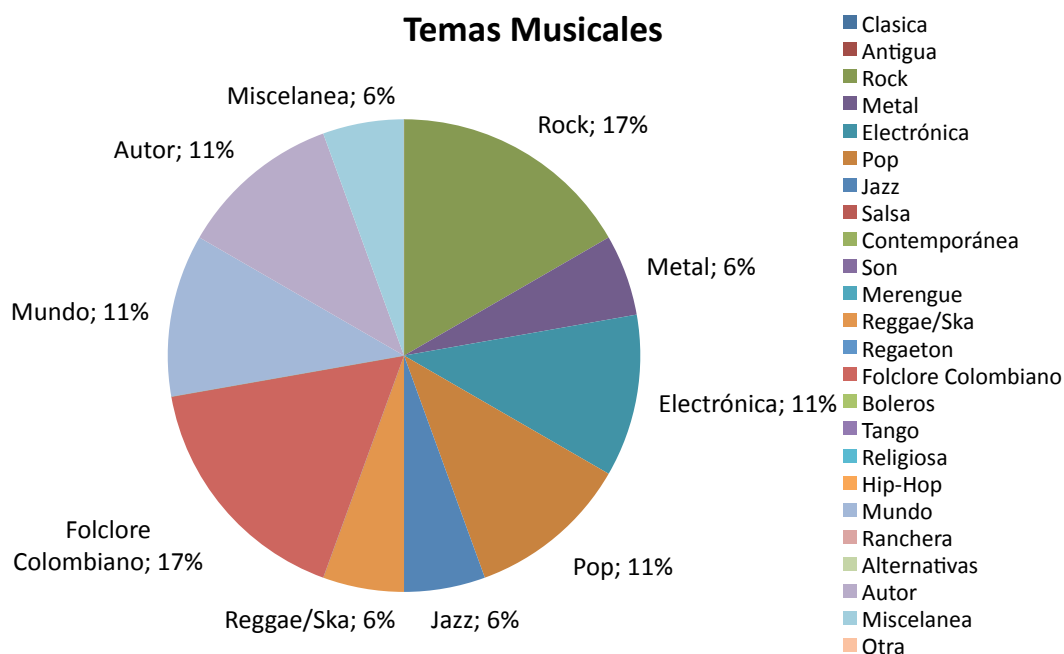
La programación de UM Radio se compone de un 37% de programas de entretenimiento y de un 21% de programas informativos, divulgativos y culturales, respectivamente.

Finalidad del Programa



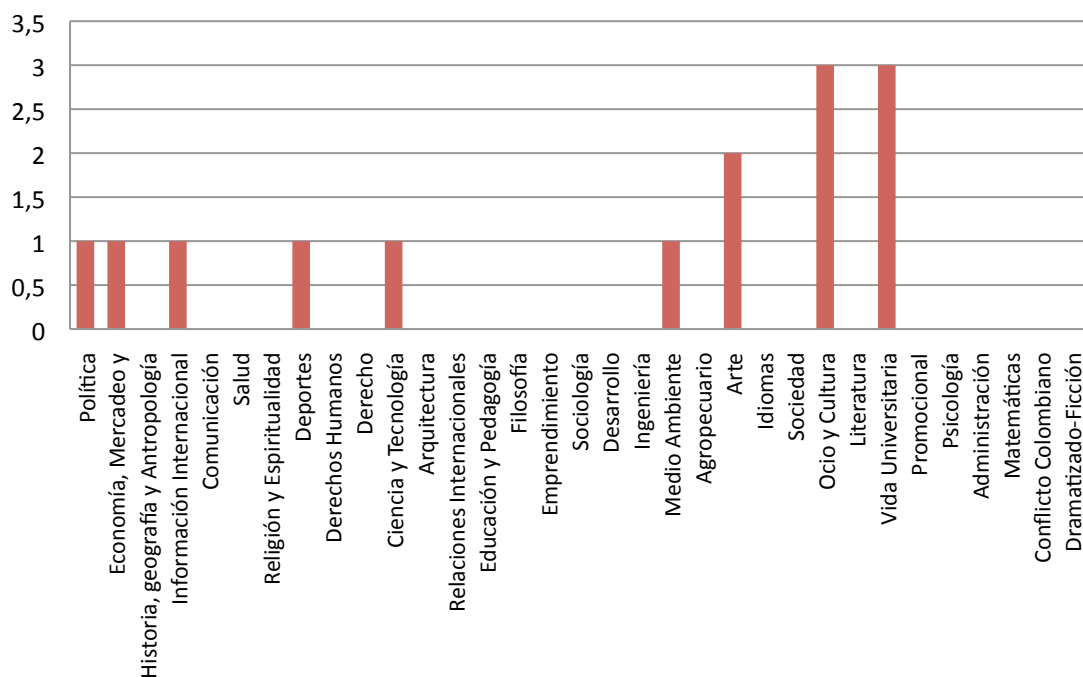
Los temas musicales que contienen los programas de UM Radio son: con un 17% Rock y Música Colombiana, respectivamente. Con un 11% cada una: Rock, Pop, Músicas del Mundo, compositores y bandas. Con un 6%, respectivamente: Jazz, Reggae y Metal.

Temas Musicales



En cuanto a los temas tratados en los programas hablados, podemos observar que los contenidos más usuales son los relacionados con Vida Universitaria, Cultura y Arte. Le siguen política, economía e información internacional, medio ambiente, deporte y ciencia y tecnología.

Temas Hablados



9.1.20.4. Distribución

UM Radio es una emisora online que emite por internet a través de la página web <http://www.umradio.fm/>. Cuenta con aplicación para reproducir en *simultcast* a través de dispositivos Android o Apple. Tiene perfil en las redes sociales Facebook <https://www.facebook.com/pages/Umradiofm/314528282002198> y Twitter @um_radio

Internet									
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web
Bitrate	Codificación	Radit	Propio	Externo		Sí	Facebook Twitter	Sí	Sí
-	-			X					

9.1.20.5. Difusión

A partir del análisis de los objetivos de la universidad y de la emisora de radio; del sistema de producción y distribución; así como de la estructura de programación y de contenidos, podemos afirmar que la emisora tiene como Público Objetivo la comunidad estudiantil de la universidad, por los contenidos juveniles, el alcance de los mismos y la estética de realización.

9.1.21. Universidad Tecnológica de Pereira: Universitaria Estéreo

Fechas de análisis: 25 de junio de 2013

La Universidad Tecnológica de Pereira es una institución de educación superior oficial seccional fundada en 1958, que iniciará sus labores en 1961 a través de la Facultad de Ingeniería Eléctrica. En la actualidad la universidad cuenta con 9 facultades: Bellas Artes y Humanidades, Ciencias Ambientales, Ciencias Básicas, Ciencias de la Educación, Ciencias de la Salud, Ingeniería Industrial, Ingeniería Mecánica, Facultad de Ingenierías y Facultad de Tecnología. Ofrece programas académicos tecnológicos, profesionales, postgrado y de educación continua. Igualmente cuenta con dos institutos universitarios: el Instituto de Lenguas Extranjeras Ilex y el tituto de Investigaciones Ambientales.

La universidad es una institución de educación superior “vinculada a la sociedad y economía del conocimiento en todos sus campos, creando y participando en redes y otras formas de interacción; Es un polo de desarrollo que crea, transforma, transfiere, contextualiza, aplica, gestiona, innova e intercambia el conocimiento en todas sus formas y expresiones, teniendo como prioridad el desarrollo sustentable en la ecorregión eje cafetero; es una Comunidad de enseñanza, aprendizaje y práctica que interactúa buscando el bien común, en un ambiente de participación, diálogo, con responsabilidad social y desarrollo humano, caracterizada por el pluralismo y el respeto a la diferencia, inmersa en procesos permanentes de planeación, evaluación y control”¹⁹⁷.

La Universidad Tecnológica de Pereira (UTP) tiene el propósito de “trascender el modelo de universidad profesionalizante por el de universidad del saber donde la docencia, la investigación y la extensión propenda por el desarrollo integral del hombre y de la sociedad. Trabajar por el mejoramiento permanente de la calidad académica. Fomentar el Bienestar Universitario y propiciar el Desarrollo Humano de todos los integrantes. Participar y promover diferentes procesos de desarrollo social para contribuir al mejoramiento de la sociedad. Fomentar la participación de la comunidad universitaria. Incrementar la presencia de la universidad en el contexto regional, nacional e internacional. Recuperar, fortalecer y conservar los valores culturales que

¹⁹⁷ Anexo A-EST-22AyB

propenden por el desarrollo de la sociedad. Fomentar la cultura de la tradición escrita. Fomentar la interdisciplinariedad”¹⁹⁸.

9.1.21.1. Variable Empresarial y Organizativa

La UTP se organiza estructuralmente¹⁹⁹ de la siguiente forma: Consejo Asesor, Consejo Académico y Rectoría. Como representante y máxima autoridad académica de la Universidad, a Rectoría le siguen cuatro vicerrectorías: Académica, Investigaciones, Innovación y Extensión, Administrativa y Responsabilidad Social y Bienestar Universitario. La radio, Universitaria Estéreo, dependerá de la Oficina de Comunicaciones, adscrita a esta última Vicerrectoría.

El hecho de que la emisora esté adscrita, a través de la Oficina de Comunicación, a la Vicerrectoría de Responsabilidad Social y de Bienestar Universitario, nos permite comprender el tipo de alcance que se le quiere dar desde Rectoría: una herramienta de servicio a la comunidad interna y externa de la universidad, más que un mecanismo de ingerencia sobre el contexto social en el que se enmarca.

Universitaria Estéreo es una emisora de radio con licencia de Interés Público, que emite a través de la Frecuencia Modulada 88.2 MHz con una cobertura Zonal Restringida. Tiene como objetivo servir de medio de comunicación entre la comunidad universitaria, especialmente estudiante, y la sociedad de influencia territorial de la universidad. Radio Universitaria, como medio de comunicación radiofónico, busca posicionarse entre los jóvenes de Pereira como una alternativa en el panorama cultural de la ciudad.

Organizativamente²⁰⁰, la emisora se estructura de la siguiente forma: Dirección de la Oficina de Comunicación; secretaría; programador; productor y realizadores.

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad Tecnológica de Pereira		Pública	Regional	1	Interés Público
Adscripción	Vicerrectoría Extensión	Rector	Luis Enrique Arango	Unidad	Oficina Comunicación
Director Radio	Patricia López Gómez				

¹⁹⁸ Anexo A-EST-22

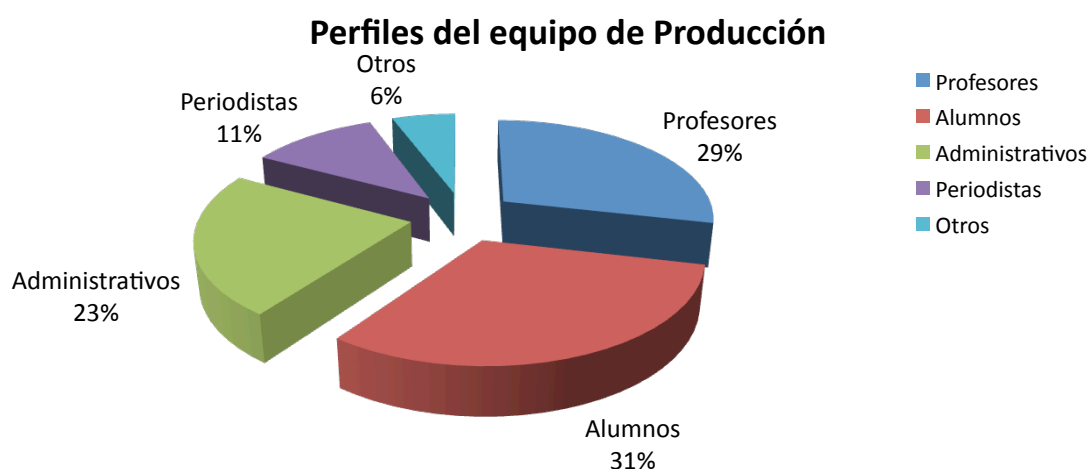
¹⁹⁹ Anexo A-ORG-20

²⁰⁰ Anexo A-ENTR-33

Nombre Emisora	Universitaria Estéreo
Presupuesto	Institucional
Objetivo	Extensión – Divulgación

9.1.21.2. Productiva

Universitaria Estéreo está conformada por **35 integrantes**, conformador con un 36% por alumnos, un 29% profesores, 23% administrativos, 11% profesionales de la comunicación y 6% realizadores externos.

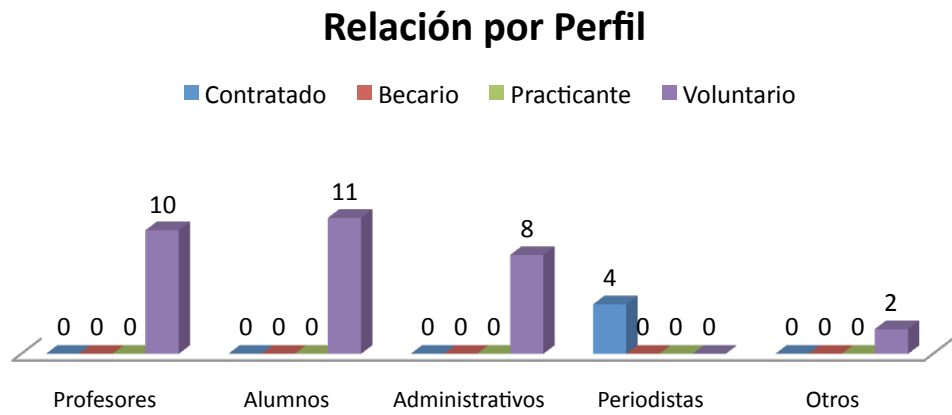


De la totalidad de integrantes, el **89%** son **voluntarios** y el **11%** **contratados**.

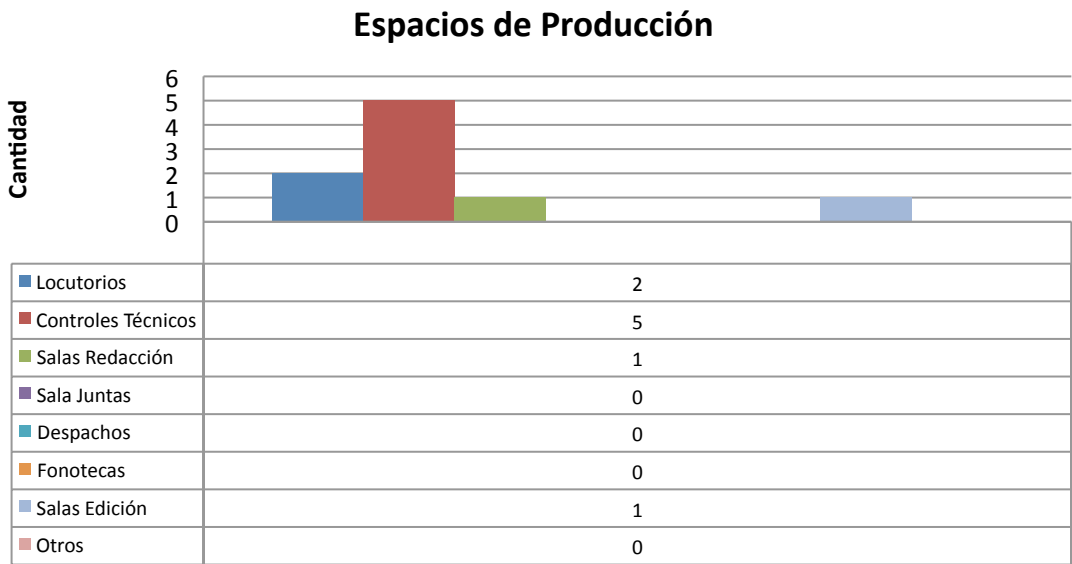


En cuanto al tipo de relación que tienen cada uno de los perfiles de las personas que integran la emisora, vemos que los profesores son todos voluntarios, al igual que los

alumnos y los administrativos. Los profesionales comunicadores son todos contratados. Los realizadores externos son, en su totalidad, voluntarios.

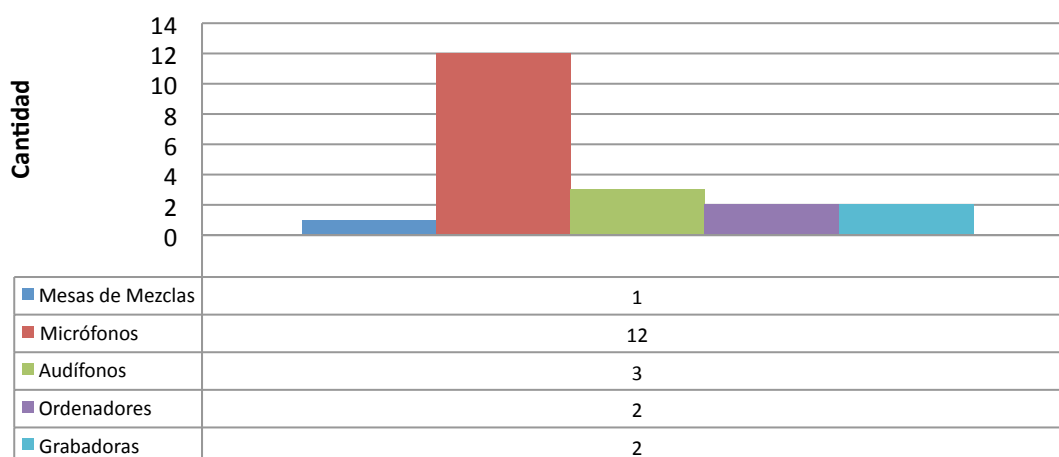


Universitaria Estéreo cuenta con los siguientes espacios de producción:



En cuanto a los elementos técnicos de producción:

Elementos de Producción



Como software de edición, la radio cuenta con Cool Edit V2.0; y como programa de gestión de audio utiliza el Megaseg. También cuenta con un sistema de transmisión Comrex.

9.1.21.3. Programación y Contenidos

Universitaria Estéreo tiene una programación²⁰¹ planificada entre lunes y viernes y otra entre sábado y domingo. La programación entre semana es mixta. Combina unas franjas semanales en horario matinal, con programas mosaico en horarios de tarde. Por la noche tiene una gran franja entre las 24 horas y las 6 de la mañana.

La programación tienen una periodicidad semestral, acorde a los ciclos académicos de la universidad. No cuenta con un manual de estilo y no tiene estructurado oficialmente un comité de programación.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
No	No	No	Sí	Semestral	Sí	Sí

Los programas de Universitaria Estéreo son:

- **Cantares Colombianos.** Programa con duración de 2 horas, de lunes a viernes de 6 a 8 horas, excepto los martes, cuya duración es de 6 a 7:30 horas. Espacio musical acompañado de locuciones que habla de los intérpretes, compositores, autores y géneros de la música colombiana. En su programación tenemos

²⁰¹ Anexo A-PROG-26

Pasillos, Vals, Bambucos, Danzas, Sanjuaneros, Bundes, Currulaos, Joropos, Cumbias, Vallenatos y Porros.

- **Jazz.** Después de la música colombiana llega el Blues, Jazz, R&B, Soul y los nuevos sonidos contemporáneos. Dos horas de lunes a viernes.
- **Rincón Latino.** Los sonidos de la Salsa, el Son Cubano, la Milonga, el Tango, la Samba Argentina, las Chacareras, los Huaynos, la Saya, la Samba y todo género folclórico latinoamericano. De lunes a viernes de 10 a 11 horas, y los sábados de 6 a 7:30 am; este espacio es acompañado por una locución que guía al oyente en las piezas musicales que se están emitiendo.
- **La Nueva Canción.** De lunes a viernes, a partir de las 11 de la mañana, la música Panfletaria, de autor, las épocas revolucionaria se recuerdan en una hora: las voces de Silvio, Mercedes, Víctor Jara, Violeta Parra, Facundo, Serrat entre otros son artistas que suenan en la nueva canción; igualmente se acompaña con una locución que orienta el momento y las circunstancias de dichas canciones.
- **Sonidos.** El medio día es acompañado con piezas musicales instrumentales. Una hora de duración de lunes a viernes.
- **Clásica.** La música culta es emitida a las 13 horas con las obras de los más grandes compositores de la historia. Este espacio es acompañado con una locución que guía al oyente entre las obras, movimientos e historia.
- **Funkorama.** La escena Hip-Hop local, nacional e internacional tiene su espacio los lunes a las 20 horas. Narces Valencia, estudiante de la ingeniería industrial y artista de la escena conduce, brindando en las noches una alternativa distinta para la radio juvenil.
- **Música Para Soñar Despiertos.** Las noches son acompañados con música contemporánea. Dos horas los lunes y miércoles, iniciando a las 22 horas. El recuerdo y la actualidad de géneros como el Pop y Rock anglosajón, conducido por Julio Alvarado.
- **Ciudad Alterna.** Rock alternativo los miércoles a las 20 horas, conducido por Andrés Alzate y Santiago Renjifo, dos estudiantes de la Licenciatura en Comunicación e Informática Educativa, que explorarán las nuevas tendencias del rock alternativo local, nacional e internacional, llevándole al oyente los poco conocidos y nuevos sonidos de agrupaciones de Ska, Punk, Indie y demás géneros, además de los eventos y actividades que se realizan en la ciudad.

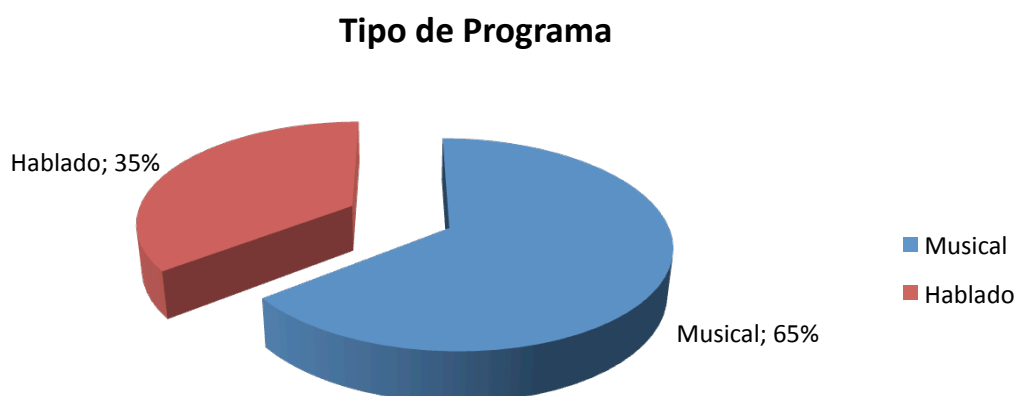
- **El Péndulo:** El Heavy Metal también tiene su espacio: los martes heavy metal en español y los jueves en inglés. Dos horas donde el oyente encontrará lanzamientos, actualización de eventos y recuerdan canciones clásicas en este género. Este espacio es coordinado por Carlos Alberto Muñoz empleado de la UTP.
- **Concierto Caribe.** Magazin musical de la emisora Uninorte FM de la ciudad de Barranquilla, compartido con nuestra emisora a través de la Red de Radio Universitaria de Colombia. Es transmitido todos los viernes de 6 a 7 de la tarde y allí están presentes los artistas de la música caribeña más importante de Latinoamérica.
- **El Rankin.** Los Charts más importara del mundo. Los sábados de 12 a 14 horas se actualiza a los oyentes en las nuevas tendencias, lanzamientos, novedades del Rock, Pop y Dance. Conteo con 20 canciones y coordinado por Mauricio Toro.
- **SOS Rock.** Magazin *light*, donde se maneja información, música y todo lo concerniente a estrenos del mundo del Rock. Emisión pregrabada y emitida los sábados de 14 a 16 horas.
- **Rock Circus.** Programa de enfoque informativo, a través de lanzamientos, documentación e investigación sobre los artistas del Hard Rock a nivel mundial. Programa pregrabado.
- **Cuerda y Sentimiento.** Programa dedicado al género del Bolero. Se emite los viernes (solo música) desde las 19 horas hasta las 2 de la madrugada, y los domingos desde las 18 hasta las 24 horas. (Conducido con locuciones de 18 a 22 horas). Los domingos, el melómano Juan Carlos Álvarez, incluye secciones donde satisface el gusto de los oyentes y el resto del programa documenta a la audiencia con efemérides de los artistas de este género romántico de la música. Programa pregrabado.
- **Tu Zona.** Programa musical de éxitos y peticiones. De lunes a viernes, de 14 a 16 horas Pop y de 16 a 16 horas, Rock en español. Los viernes Pop Latino. El espacio tiene un amplio porcentaje donde no contiene locución.
- **Tejiendo Palabras.** Magazin de treinta minutos enfocado a destacar lanzamientos de libros, obras de teatro, a la difusión de campañas, avances deportivos. Programa coordinado por el docente de la Facultad de Medicina Ruben Zea. Programa pregrabado.

- **En Línea Directa.** Programa donde el protagonista es el rector Luis Enrique Arango y toca temas actuales de la UTP y gestiones realizadas por parte de él en los diferentes espacios universitarios, políticos y sociales. Se emite los martes de 7:30 a 8 de la mañana, con redifusión los sábados en el mismo horario. En ocasiones es en vivo y en otras es pregrabado. Formato de charla realizado por dos personas: el conductor del espacio y el Rector. Todo el programa se acompaña con un recomendado musical.
- **Trasfondo.** Programa realizado desde la Vicerrectoría de Responsabilidad Social y Bienestar Universitario de la institución, donde se invitan diferentes actores sociales, ecológicos y artísticos. Todos los martes, durante 1 hora, los invitados cuentan sus experiencias, investigaciones, logros, etc. El programa se realiza con un delegado de la Vicerrectoría y dos estudiantes. Programa pregrabado.
- **Polifonía.** Programa pregrabado coordinado por John Jairo Carvajal, director de diferentes movimientos literarios en la universidad y en la ciudad. Cada martes de 15 a 16 horas. Su contenido es netamente literario y acompañado por estudiantes de la UTP.
- **Onda Ambiental.** La orientación de este programa está enmarcada hacia el cuidado de los recursos naturales, políticas ambientales, difusión de eventos en pro de la biodiversidad. Programa pregrabado y manejado desde el Instituto de Investigaciones Ambientales de la Universidad y coordinado por la Ingeniera Ambiental Juliana Agudelo. Todos los miércoles de 14 a 14:30 horas. El programa se plantea desde el diálogo con un actor, donde se tratan las diferentes problemáticas de nuestro ecosistema.
- **Conexión Egresados.** Espacio realizado por los directivos de la Asociación de Egresados de la Universidad. Programa pregrabado. Se invitan egresados, para que divulgen sus proyectos. Es emitido los miércoles de 14:30 a 15 horas. El hilo conductor es una canción nueva y un clásico, en diferentes géneros musicales.
- **Voces y Huellas.** Programa que trata temas académicos, acompañados de secciones donde se resaltan los derechos de la mujer. Los coordinadores son

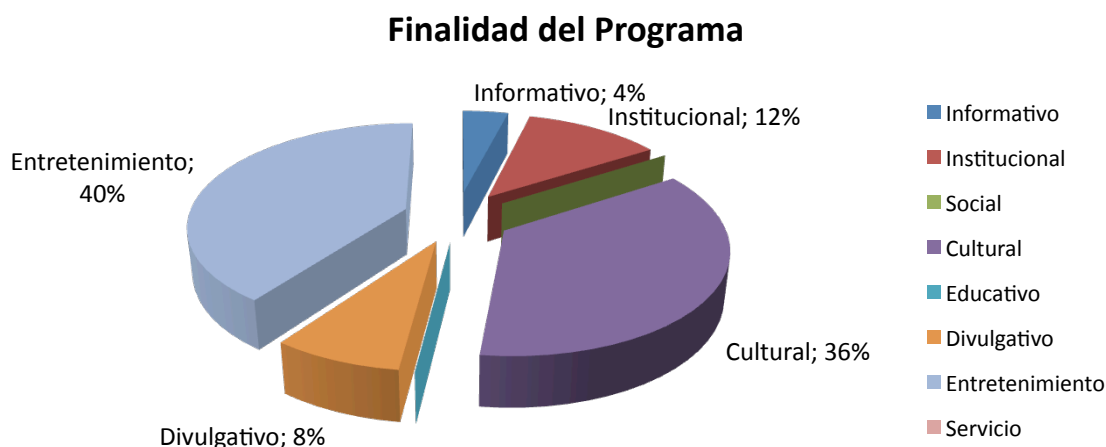
docentes de la universidad. Programa pregrabado y emitido los jueves de 14:30 a 15 horas.

- **Ventana A China.** Programa informativo y cultural sobre el continente Asiático. Periodicidad semanal de una hora emitido cada viernes. Contiene las noticias de la semana, música del continente Asiático, entrevistas, tips de cocina, historias de esta cultura, capsulas mitológicas y más.
- **Enfocados.** Programa que desarrolla temas de ciudad en diferentes, con invitados, vox pop y música. Todos los sábados de 8 a 9 de la mañana.
- **Ambiente al Aire.** Desde la Facultad de Ingeniería Ambiental, el docente Carlos Victoria y su equipo de trabajo, integrado por ingenieros y abogados, exponen denuncias y comparten noticias, eventos e investigaciones, entre otros temas, concernientes a nuestro entorno ambiental. Programa pregrabado que se emite los sábados de 9 a 10 de la mañana.
- **UTP'S Radio Magazine.** Magacín realizado por docentes bilingües del Instituto de Lenguas Extranjeras (ILEX) de la UTP. Programa pregrabado que se emite los sábados de 10 a 10:30 de la mañana. Contiene tráiler de películas en estreno a nivel mundial de diferentes géneros y para todo tipo de público, cuentos, invitados, libros recomendados, información de la universidad, música de artistas mundiales, clásicos de los géneros Rock y Pop, etc. Es realizado en su totalidad en inglés.

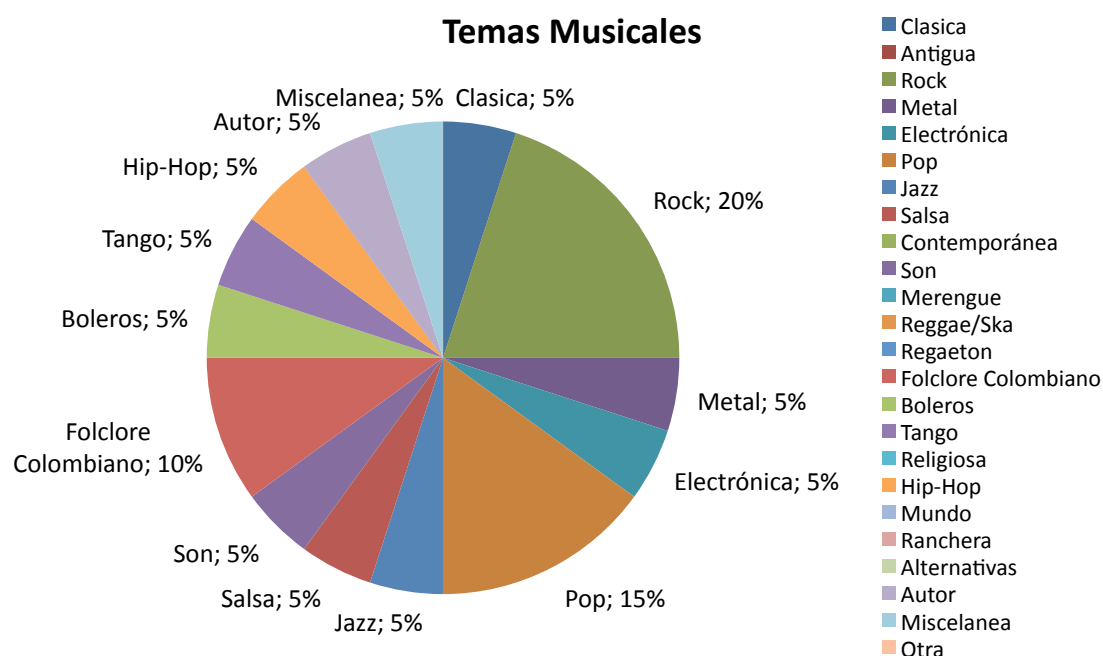
La programación de Radio Universitaria está compuesta por un **65%** de programas **musicales** y un **35%** **hablados**.



Del total de programas y espacios, el 40% tienen una finalidad de entretenimiento, el 36% cultural, el 12% institucional, el 8% divulgativo y el 4% informativo.

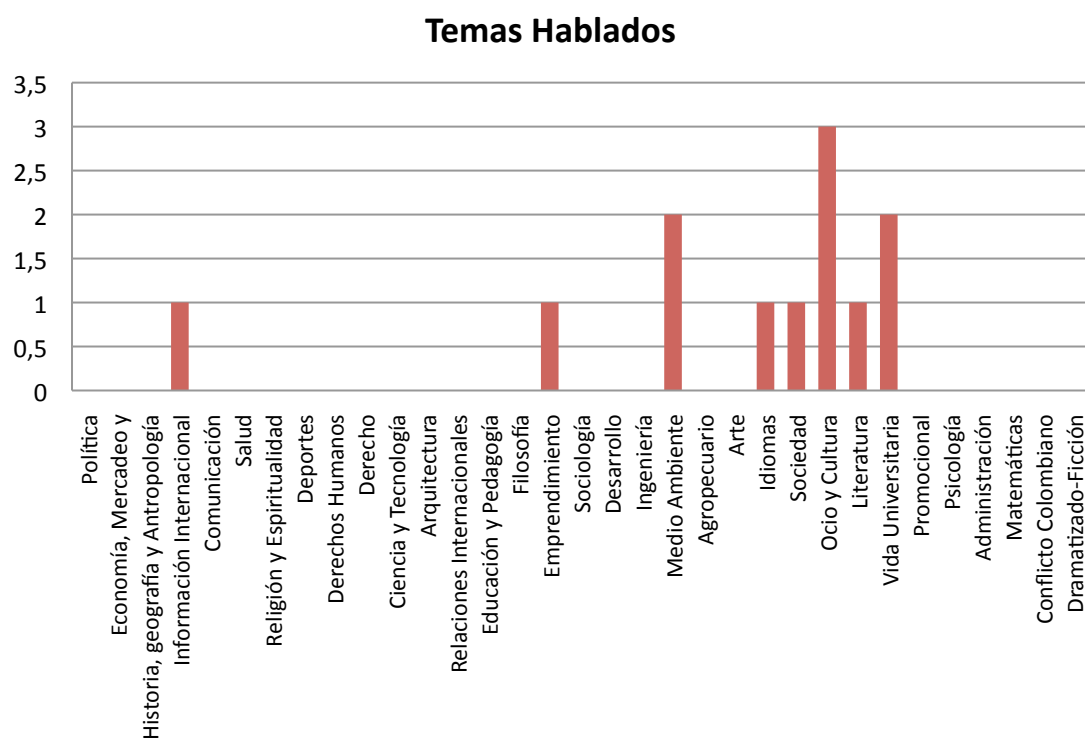


En cuanto a los contenidos musicales, el género que más peso tiene es el Rock, con un 20%; Le sigue el Pop con un 15%. En tercer lugar se encuentra la música folclórica colombiana, con un 10%. Y las restante, con un 5% cada una: metal, electrónica, Pop, Jazz, Salsa, Son, Boleros, Tango, Hip Hop y músicas de Autor.



En cuanto a los contenidos de los programas, vemos que los temas más tratados tienen que ver con el ocio y la cultura, seguido de contenidos sobre la vida universitaria en la UTP. Otro tema muy tratado tiene que ver con el medio ambiente. Le siguen contenidos

de emprendimiento (programa de egresados) e información internacional (programa producido por Radio China Internacional).



9.1.21.4. Distribución

Universitaria Estéreo emite con licencia de **Interés Público** por radio frecuencia a través de la F.M. 88.2 MHz, a una potencia de 1 KW. Su cobertura es metropolitana Zonal Restringido. De forma paralela a la emisión analógica, retransmite su señal por Internet a través de la página web de la universidad <http://universitariaestereo.utp.edu.co/emisora> Para ser una emisora que debe tener una audiencia de perfil joven, tiene poco desarrolla la web. Pues apenas encontramos el reproductor y la parrilla de programación. No hay información complementaria. La radio cuenta con perfiles en Facebook <https://www.facebook.com/universitaria.estereo?fref=ts> y Twitter @UniEstereo882

Radio Frecuencia								
Licencia	Frecuencia	Emisor	Antena	Categoría de Cubrimiento			Área geográfica de Cubrimiento	Satélite
Interés Público	88.2 F.M.	Potencia	Altura	Zonal	Zonal Restringido	Local Restringido	Pereira y aledaños	No
		1 KW	1734.6 Mts		X			
Internet								
General	Software Emisión	Servidor	Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam

Bitrate	Codificación	Adobe Flash Media Live Encoder	Propio	Externo						
96 Kbs	MP3		X		I Tunes	Sí	Facebook Twitter	Tunein	Sí	Si No

9.1.21.5. Difusión

A partir del análisis de los objetivos de la universidad y de la emisora de radio; del sistema de producción y distribución; así como de la estructura de programación y de contenidos, podemos ver que la parrilla se estructura en torno a dos tipos de Público Objetivos: la programación matinales se enfoca en un perfil adulto, con interés en música folclórica colombiana, canción social, Jazz y Clásica; mientras que la de tarde se enfoca en un perfil más joven, enfocado en programas musicales contemporáneos, Rock en Español, Latino y Anglo, Metal, Pop, etc. En este caso no se presenta en franjas, sino en programas temáticos.

9.1.22. Universidad del Quindío: La U.F.M. Estéreo

Fechas de análisis: 27 de junio de 2013

La Universidad del Quindío es una institución de educación superior pública, de categoría departamental, fundada en 1962. Los primeros programas que darían inicio a la actividad académica de la universidad fueron Agronomía y Topografía. Hoy cuenta con siete facultades: Ciencias Agroindustriales, Ciencias Económicas y Administrativas, Ciencias de la Salud, Ingeniería, Ciencias Básicas y Tecnológicas, Ciencias Humanas y Bellas Artes y Educación.

La universidad tiene como misión²⁰² garantizar la formación integral de personas, consolidar grupos de investigación, explorar las necesidades y posibilidades del territorio e interactuar con su entorno.

9.1.22.1. Variable Empresarial y Organizativa

Organizativamente, la universidad se estructura de la siguiente forma: Rectoría, de la que dependen diferentes departamentos (comunicación, jurídica, planeación y desarrollo, admisiones y control académico, publicaciones, asuntos disciplinarios, control interno y relaciones internacionales). En una estructura vertical, le siguen al mismo nivel Vicerrectoría Académica, Vicerrectoría de Investigaciones, Proyección Social y Educación Continuada y Vicerrectoría Administrativa. La emisora de radio depende de Rectoría de forma directa.

La U.FM Estéreo, Universidad del Quindío, es una emisora de interés público universitaria, que le sirve a la ciudadanía a través de la comunidad académica en la producción, realización y emisión de programas radiales mediante complejos procesos tecnológicos de comunicación con el propósito de fortalecer desde la proyección social, el derecho a la información, la responsabilidad social, orientando la programación a las necesidades y requerimientos de los sectores de la sociedad del Quindío.

El objetivo general de la emisora es la “realización y emisión de productos radiales desde la academia con carácter educativo que promuevan el conocimiento y el entretenimiento sano en la sociedad del Quindío”²⁰³. Y los objetivos específicos son:

²⁰² www.uquindio.edu.co fecha de consulta 27 de junio de 2013

²⁰³ Anexo A-ENTR-35

- Fortalecer el derecho a la información y el entretenimiento sano.
- Dinamizar la responsabilidad social de la producción radial.
- Orientar la programación a los fines del servicio radial de Interés público.
- Promover el desarrollo de la radiodifusión.
- Satisfacer las necesidades de comunicación de la universidad con la sociedad.
- Vincular a la comunidad en la producción y radiodifusión de procesos radiales.

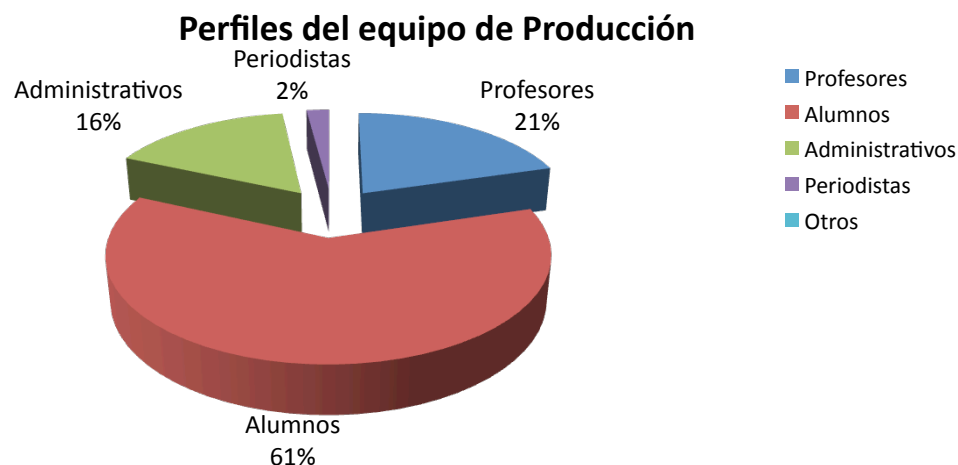
Organizativamente, la radio se estructura de la siguiente forma: Director General, Comité, Director Académico, Programación, Operadores, Realizadores y Técnicos.

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad del Quindío		Público	Regional	1	Interés Público
Adscripción	Rectoría	Rector	Alfonso Londoño Orozco	Unidad	Oficina Comunicación
Director Radio	Alberto Taborda				
Nombre Emisora	La UFM Estéreo				
Presupuesto	Mixta: Institucional y Propia (auspicios y patrocinios)				

9.1.22.2. Productiva

La U FM Estéreo²⁰⁴ está integrada por **196 miembros**, de los cuales el **61%** son **estudiantes**, seguido de **profesores**, con un **21%**, de administrativos, con un 16% y periodistas y otros profesionales, con un 2% .

²⁰⁴ Anexo A-PROT-25

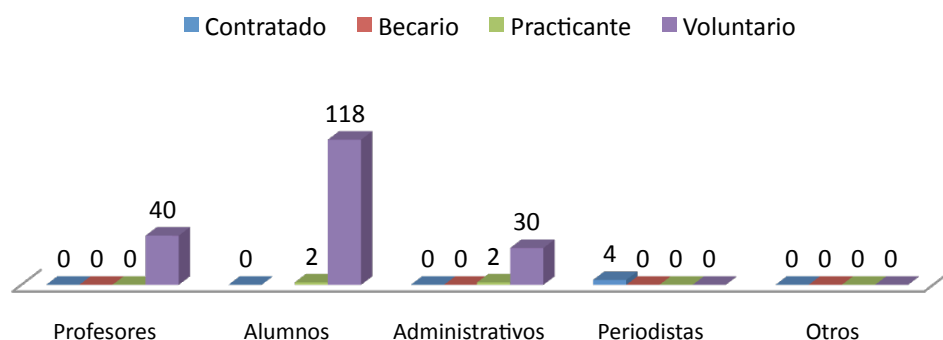


En relación al tipo de vinculación que mantienen con la emisora, el 92% son voluntarios, el 2% contratados y el 1% practicantes.



En cuanto al tipo de relación por perfil, los profesores son todos voluntarios; de los alumnos, 118 son voluntarios y dos practicantes; de los administrativos 30 tienen una relación de voluntariado y 2 son practicantes; los periodistas y profesionales son todos contratados.

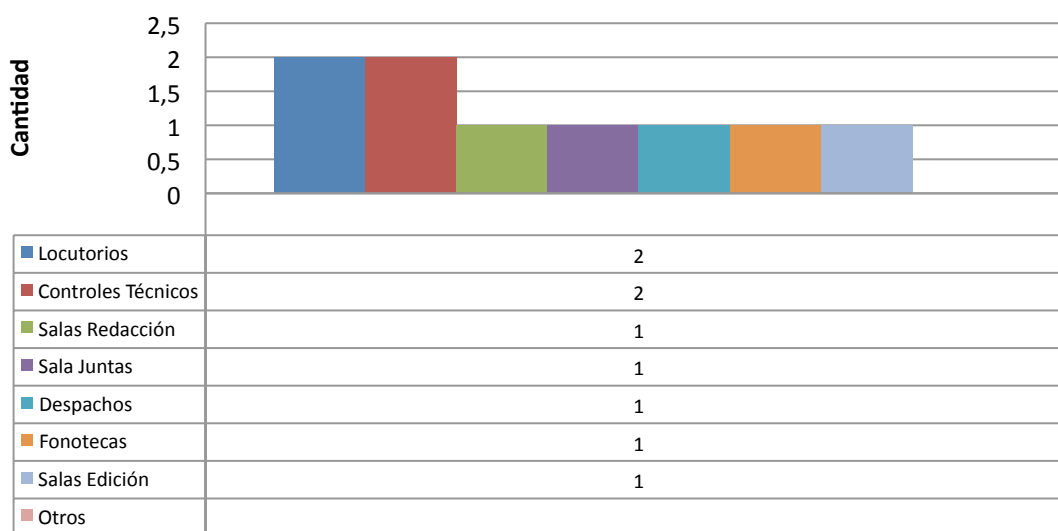
Relación por Perfil



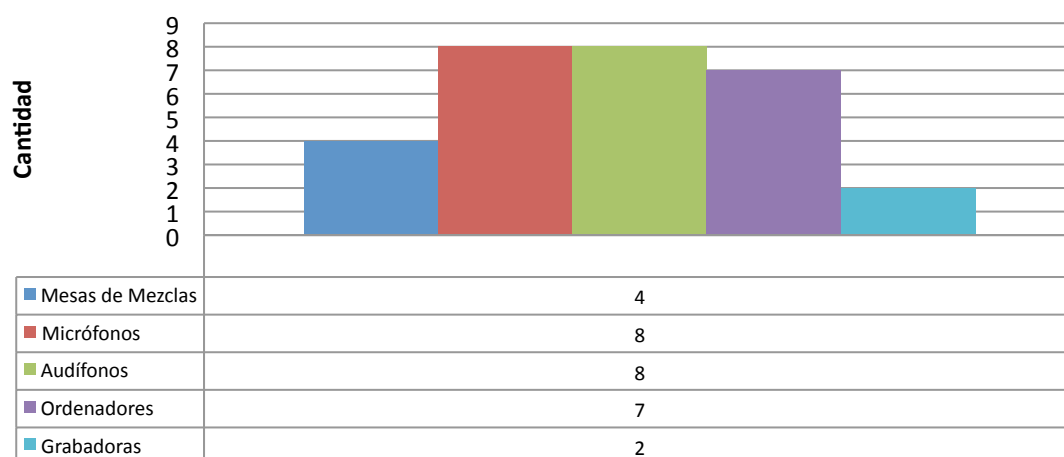
En cuanto a los espacios destinados a la emisora, La U FM Estéreo cuenta con dos estudios (locutorio y control). Dispone de una sala de juntas, de redacción, fonoteca y un despacho.

En cuanto a los elementos técnicos de producción, la radio dispone de cuatro mesas de mezclas, ocho micrófonos y audífonos, siete ordenadores y dos grabadoras. Para la edición de sonido emplean *Adobe Audition* y para la gestión de audio, el programa libre Zara Radio.

Espacios de Producción



Elementos de Producción



9.1.22.3. Programación y Contenidos

La programación²⁰⁵ está estructurada por **franjas** semanales de lunes a domingo. Franjas que se dividen en tres grandes áreas: **académica**, **educativa** y de **entretenimiento**. Esta programación se elabora a partir del Comité de Programación y suele mantener la misma estructura a lo largo del tiempo.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Sí	Sí	No	Sí	Fija	Sí	Sí

Franja Académica

- **Giro En U.** Información Institucional
- **En Linea Con El Rector.** Información Retoral
- **Voces Maestras.** Curricular Facultad De Educación
- **Tendencias.** Institucional Facultad De Ciencias Humanas
- **Bioética.** Curricular Programa De Biología
- **Agroindustria.** Curricular Programa Agroindustria Fac. Agroindustria
- **Enfermería.** Curricular Programa De Enfermería Fac. Ciencias De La Salud
- **La Imprenta.** Curricular Programa De Español Y Literatura Fac. De Educación

²⁰⁵ Anexo A-PROG-27

- **Tejiendo Redes.** Curricular Program De Trabajo Social Fac. De Ciencias Humanas Y Bellas Artes
- **Oficina De Investigaciones.** Institucional Vicerrectoria De Investigaciones
- **Interconexión.** Institucional Relaciones Internacionales Universidad
- **El Rollazo.** Institucional Parroquia Universidad
- **Estar Bien.** Institucional Bienestar Universitario
- **Universidad Ciencia Y Tecnología.** Curricular Investigación Universitaria
- **Biblioteca.** Institucional Biblioteca Universidad
- **Magazin Científico.** Institucional Curricular Fac. Ciencias Básicas
- **Progresados.** Institucional Egresados Universidad
- **Caduceo.** Curricular Programa De Medicina Fac. Ciencias De La Salud
- **Máquina De Ingenio.** Curricular Institucional Fac. De Ingeniería
- **Venta Ecológica.** Institucional Universidad
- **Conexión Empresarial.** Institucional Fac. De Administración De Empresas
- **Observatorio Sismológico.** Institucional Fac. De Ingeniería Universidad
- **Radio Lenguaje.** Curricular Programa De Lenguas Modernas Fac. De Educación
- **Franja De Comunicación Social.** Curricular Institucional Programa De Comunicación Social Y Periodismo Fac. De Ciencias Humanas
- **Huella Digital.** Curricular Institucional Bellas Artes Universidad Del Quindío
- **Del Cuento Al Rollo.** Institucional Centro Audiovisual Universidad Del Quindío
- **Especiales Institucional.** Ufm
- **Audiolibros De Literatura Universal.** Institucional Biblioteca Universitaria
- **El Ritmo Visual.** Curricular Institucional Bellas Artes Universidad Del Quindío

- **Orientaciones Médicas.** Educativa Comunidad
- **Asé Somos.** Educativa Comfenalco
- **Alcaldía.** Institucional Educativa Alcaldía Armenia
- **Entes Territoriales.** Institucional Educativa Entes Territoriales
- **Armenia Amable.** Institucional Educativa Alcaldía
- **Dinámica Ugc.** Institucional Educativa Universidad La Gran Colombia
- **Quindío Agroindustrial.** Institucional Educativa Universidad La Gran Colombia
- **La Voz Del Maestro.** Institucional Educativa Universidad La Gran Colombia
- **Actualidad Económica.** Institucional Educativa La Universidad La Gran Colombia
- **Cámara En Acción.** Institucional Educativa Cámara Del Comercio
- **Von Humboldt.** Institucional Educativa Universidad Von Humboldt
- **Consultorio Jurídico.** Institucional Educativa Universidad La Gran Colombia
- **Pregúntele Al Abogado.** Institucional Educativa Universidad Von Humboldt
- **Cuentas Claras.** Instituciional Educativa Universidad Del Quindío
- **RRUC.** Red De Radios Universitarios De Colombia
- **Sin Fronteras.** Educativa Comunidad Con Capacidades Diferentes
- **Institucional.** Emisora Ufm Estéreo
- **Actuar Famiempresas.** Institucional Educativa Famiempresas Quindío
- **Poética Lunática.** Éducativa Comunidad Del Quindío
- **Poesía Tiene La Palabra.** Educativa Comunidad Del Quindío
- **Semilleros (Niños De La Región).** Educativo Institucional

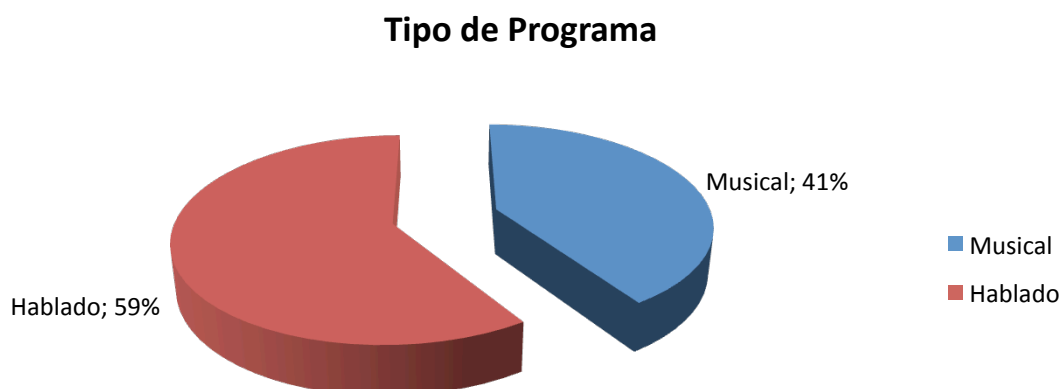
Programación Del Entretenimiento

- **Cita Con Los Clásicos.** Entretenimiento Ufm
- **Colombia Instrumental.** Entretenimiento Ufm

- **Micro Franjas De Música.** Entretenimiento Ufm
- **El Tango, Historia Y Evolución.** Entretenimiento Ufm
- **Rayuela.** Entretenimiento Ufm
- **Postales Musicales.** Entretenimiento Ufm
- **Nocturnal Colombiano.** Entretenimiento Ufm
- **El Origen De Las Canciones.** Entretenimiento Ufm
- **Mi Música Latinoamericana.** Entretenimiento Ufm
- **Jazz En Concierto.** Entretenimiento Ufm
- **Antífona.** Entrtenimiento Ufm
- **Grandes Voces De La Música Popular.** Entretenimiento Ufm
- **Ruido Blanco (Clásica Contemporanea).** Entretenimiento Ufm
- **Que Suene La Radio.** Entretenimiento Ministerio De Cultura
- **Música Voces Del Campo (Campesinos De La Región).** Entretenimiento Ufm
- **Caminando con el Recuerdo, Coleccionistas e Investigadores.**
Entretenimiento Ufm
- **Somos Colombia.** Entretenimiento Ufm
- **Música Para El Descanso.** Entretenimiento Ufm
- **Genero Salsa.** Entretenimiento Ufm
- **Genero Tropical.** Entretenimiento Ufm
- **El Gran Concierto De La Música Popular.** Entretenimiento Ufm
- **Noche De Serenata.** Entretenimiento Ufm
- **Ópera Rai.** Entretenimiento Ufm
- **El Bolero y la Música Del Amor, Coleccionistas e Investigadores.**
Entretenimiento Ufm
- **Vinilo Rock.** Entrenimiento Ufm
- **Sonar Independiente (Bandas Del Mundo).** Entretenimiento Ufm
- **Música Cristiana (Espiritual).** Entretenimiento Ufm

- **Pulso Música (Espiritual).** Entretenimiento Ufm
- **Migrantes Sonoros.** Entretenimiento Ufm

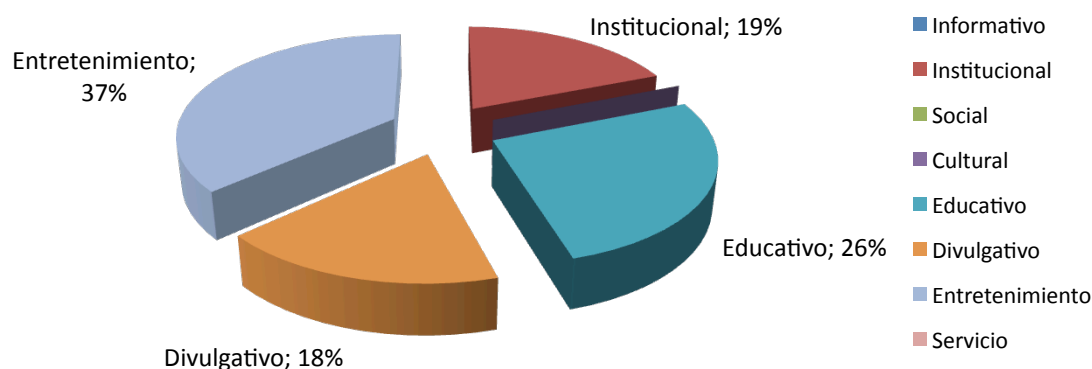
Observamos que el **59%** de la producción de la emisora es de programas **hablados**, mientras que los **musicales** suponen el **41%**.



En cuanto a la finalidad, el **37%** son de **entretenimiento**, pero como define Jaime Tobón,²⁰⁶ director de la U FM Stéreo, la cultura y el entretenimiento la conciben como un todo unitario. De ahí que encontremos la gran mayoría de los espacios musicales (denominados de entretenimiento por la emisora), con un fuerte grado de cultural en su forma y en su modo. Los programas **divulgativos** representan un **18%** de la producción. Son espacios realizados por los programas académicos de las facultades. Mientras que los **educativos**, con un **26%**, son producidos por instancias diferentes a las de la institución. Los programas **institucionales** suponen el **19%**, y son espacios de oficiales de comunicación de las Facultades, las vicerrectorías, la propia rectoría y oficinas de la Universidad del Quindío.

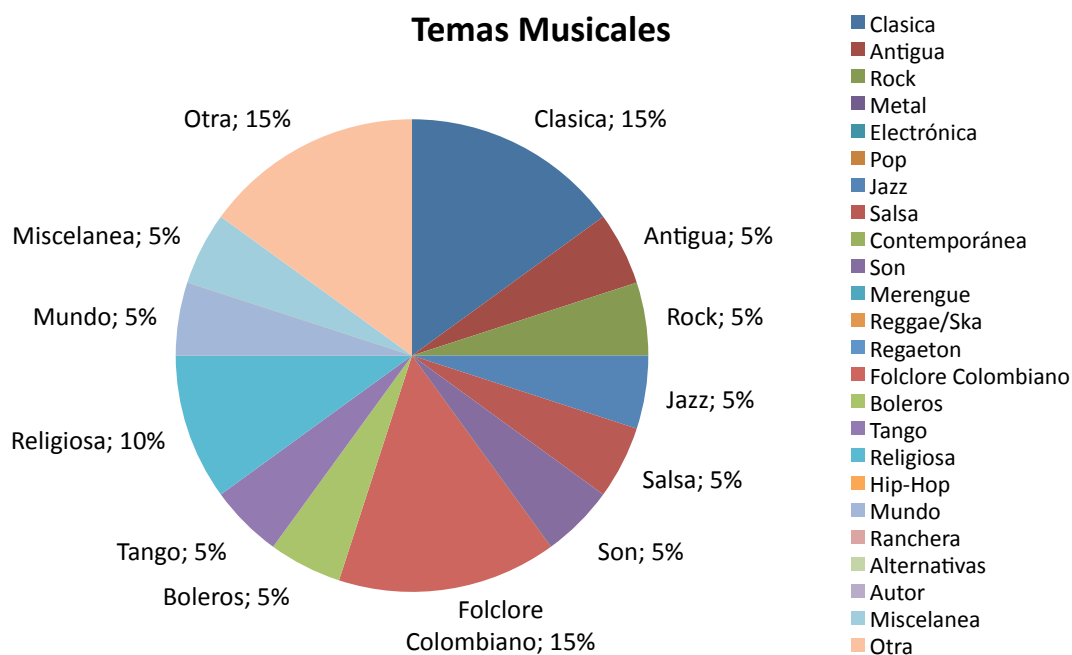
²⁰⁶ Anexo A-ENTR-35

Finalidad del Programa



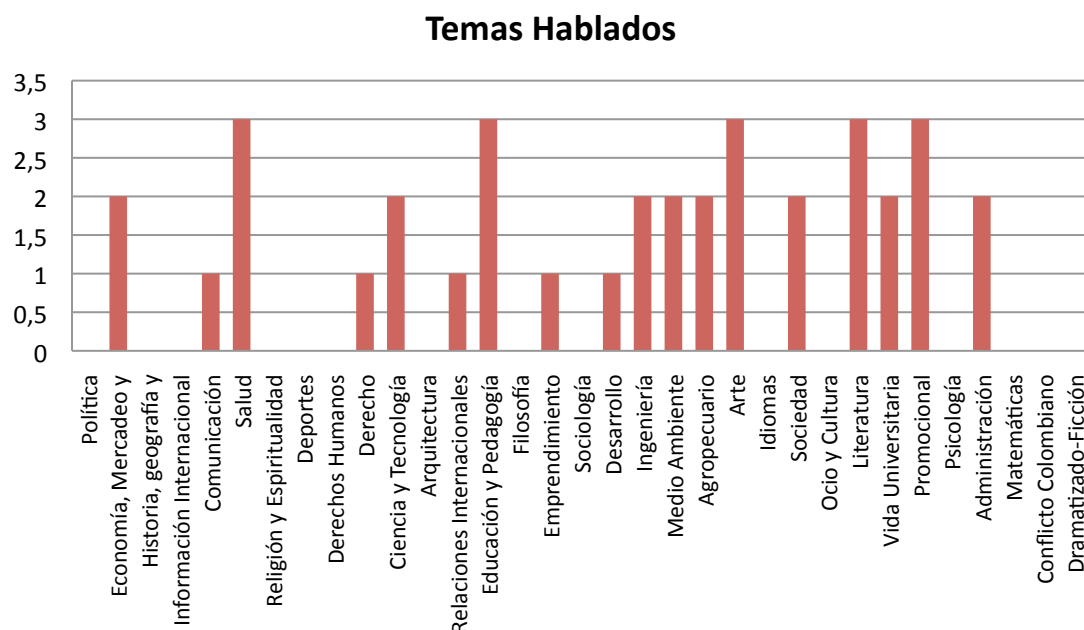
Los temas musicales son variados. Los que más presencia tienen con la música clásica, el folclore colombiano, la ópera, músicas del Mundo y sinfónica. En segundo lugar, encontramos la música popular y la religiosa. Le siguen, con el mismo peso, Jazz, Boleros, Tango, Son, Salsa y música Popular.

Temas Musicales



La U FM Estéreo es una emisora que se encuentra muy articulada con las facultades y con los programas académicos de la universidad. De ahí que exista la figura de Director Académico, encargado de coordinar la producción de contenidos con las

dependencias de la universidad. En esta tabla faltan algunos de los programas académicos de la Universidad del Quindío.



9.1.22.4. Distribución

La U FM Stéreo es una emisora de Interés Público que emite por Frecuencia Modulada 102.1 MHz, con una potencia de 5kw, de Zonal Restringido que abarca unos 60 kilómetros a la redonda. Esto es Armenia y municipios. De forma paralela, retransmite su señal analógica a través de Internet por la página web <http://laufmuq.com/>. Tiene perfil las redes sociales Facebook <https://www.facebook.com/pages/La-Ufm-Est%C3%A9reo/164547160323063>.

Radio Frecuencia										
Licencia		Frecuencia	Emisor	Antena	Categoría de Cubrimiento			Área geográfica de Cubrimiento	Satélite	
Interés Público	102.1 FM	Potencia	Altura	Zonal	Zonal Restringido	Local Restringido	Armenia y municipios			
		5 Kw	75 Mtros		X					
Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación	Samcast	Propio	Externo		-	Facebook Twitter	Tunein	Sí	
				X						

9.1.22.5. Difusión

A partir del análisis de los objetivos de la universidad y de la emisora de radio; del sistema de producción y distribución; así como de la estructura de programación y de contenidos, podemos determinar que el Público Objetivo de UFM Estéreo está conformado por adultos y adultos mayores, en sus franjas de entretenimiento, y adultos en nivel cultural y formativo alto en el resto de franjas, por el tipo de tratamiento y estilo que le dan a la realización de los contenidos.

9.1.23. Universidad del Tolima: Tu Radio

Fechas de análisis: 28 de junio de 2013

La Universidad del Tolima es una institución departamental de educación superior de carácter público, fundada en 1955. Comenzó su actividad académica con la de Facultad de Ingeniería Agronómica, la Escuela de Enfermería y la Escuela de Bellas Artes.

Hoy la institución de educación superior cuenta con nueve facultades y un instituto universitario: Facultad Medicina Veterinaria y Zootecnia, Facultad de Ingeniería Forestal, Facultad de Ingeniería Agronómica, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Facultad de Ciencias de la Salud, Facultad de Ciencias de la Educación, Facultad de Ciencias, Facultad de Tecnologías, Facultad de Ciencias Humanas y Artes e Instituto de Educación a Distancia. Con estas facultades e instituto se ofertan cursos académicos en dos modalidades: presencial y a distancia.

9.1.23.1. Variable Empresarial y Organizativa

La Universidad del Tolima tiene como objetivo “fomenta el desarrollo de capacidades humanas para la formación integral permanente, apoyada en valores éticos de tolerancia, respeto y convivencia mediante la búsqueda incesante del saber, la producción y la apropiación y divulgación del conocimiento en los diversos campos de la ciencia, el arte y la cultura, desde una perspectiva inter y transdisciplinar, como aporte al bienestar de la sociedad, al ambiente y al desarrollo sustentable de la región, la Nación y el mundo”²⁰⁷.

Acorde a esta visión institucional, la Universidad del Tolima basa su ejercicio en los siguientes principios:

- **Eticidad.** El quehacer de la Universidad estará orientado por principios morales universales, los cuales comprometen a todos los integrantes de la Institución.
- **Universalidad.** La Universidad estará abierta a los desarrollos, diversidad y pluralidad del pensamiento universal, sin censuras ni dogmatismos. La Institución, como tal, no asumirá posiciones ideológicas particulares, salvo aquellas que la comprometan con valores universalmente válidos.

²⁰⁷ Anexo A-EST-23A

- **Racionalidad.** La Universidad deberá siempre, pensar, evaluar y actuar de acuerdo con los principios de optimización y consistencia, para lograr sus objetivos. Propenderá por conseguir los mejores resultados mediante la optimización de sus recursos.
- **Autonomía.** Para el cumplimiento de su misión, objetivos y políticas, la Universidad actuará con independencia de los intereses fragmentados e inmediatos del poder político y la sociedad. Solo sobre este fundamento, la Universidad, de acuerdo a la ley, expedirá sus normas internas, tomará sus decisiones y desarrollará sus actividades.
- **Democracia.** El gobierno y la gestión de la Universidad conllevan la participación de la comunidad universitaria en las múltiples decisiones y deliberaciones de la cotidianidad universitaria, así como la representación estamental en los organismos colegiados de dirección. Este ejercicio democrático buscará el consenso y los acuerdos, exigiendo el respeto inalienable de la diferencia y las posiciones minoritarias, así como de las libertades individuales y constitucionales.
- **Subordinación al interés público.** Las decisiones y acciones universitarias privilegiarán siempre el interés público sobre cualquier otro de naturaleza privada, de personas y sectores de dentro y fuera de la Institución. Ello implica que la Universidad establecerá como parte de este principio, la rendición de cuentas y el informe de balance social; es decir, comunicará el impacto de la Universidad sobre la sociedad.
- **Idoneidad.** Las calidades y las competencias laborales de las personas, constituirán los criterios básicos para tomar decisiones como: su vinculación a la universidad; designaciones en cargos de cualquier nivel; acreditación académica o laboral; promociones, acceso a distinciones y oportunidades, y asignación de responsabilidades especiales.
- **Compromiso social.** La Universidad actuará con espíritu solidario a favor de los sectores más vulnerables del tejido social, en defensa y desarrollo de la democracia, el interés público, la igualdad, la libertad y la justicia.

La universidad se estructura con el Consejo Superior, Rectoría (como máxima autoridad académica; con dos unidades horizontales: Consejo Académico y Comité de Rectoría). Verticalmente le siguen las vicerrectorías Administrativas, Desarrollo Humano y

Académica. Adscritas, pero con independencia administrativa, las facultades y el instituto.

Por su parte, la radio de la Universidad de Tolima, **Tu Radio**, pertenece al programa de Comunicación Social y Periodismo, adscrito a la Facultad de Ciencias Humanas y Artes.

Tu Radio se concibe como un medio virtual fundamentado en la “participación y la inclusión de la comunidad educativa, respetando la diversidad y la pluralidad”, con el que se genera y construye el “pensamiento crítico”, y con el que se “propician espacios de discusión, análisis y debate”. Tu Radio “realza desde el quehacer cotidiano de las comunidades, valores de respeto, convivencia y solidaridad, con miras a fortalecer el tejido social y comunicativo”²⁰⁸

Sus objetivos son:

- Difundir la cultura y la ciencia
- Estimular el flujo de investigaciones y de información científica y tecnológica aplicada al desarrollo.
- Fortalecer el patrimonio cultural y natural de la nación
- Preservar la pluralidad, identidad e idiosincrasia nacional
- Servir de generador de una sociedad mejor informada y educada
- Promover los valores cívicos, la solidaridad, la seguridad, el ejercicio ciudadano y la cultura democrática
- Promover la gobernabilidad
- Valorar la diversidad cultural
- Construir y preservar el patrimonio sonoro de la Nación
- Promover la valoración y protección de los recursos naturales
- Ofrecer alternativas radiofónicas para la vida social y colectiva distintas al consumismo

Organizativamente, Tu Radio se estructura de la siguiente forma²⁰⁹:

Junta Directiva. Conformada por el director del Programa de Comunicación Social – Periodismo; la Directora de Tu Radio; tres profesores de planta; dos profesores de hora

²⁰⁸ Anexo A-EST-23B

²⁰⁹ Anexo A-ORG-22

cátedra; un estudiante de cada semestre del programa de comunicación; un egresado; y representantes de medios radiales del Tolima.

Dirección. Responsable del desarrollo de la táctica.

Asistentes Administrativos. Estudiantes becados por la Vicerrectoría Académica para el desempeño de tareas de apoyo.

Pasantes. Estudiantes que cursan los créditos de prácticas, requisito para graduarse.

Realizadores. Todos los integrantes de Tu Radio con labores de producción de contenidos.

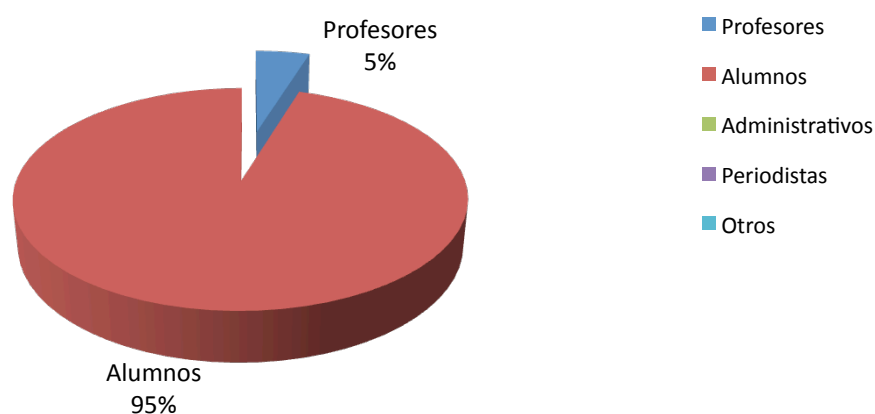
Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad del Tolima		Público	Regional	1	No Aplica
Adscripción	Facultad de Humanidades	Rector	José Herman Muñoz Ñungo	Unidad	Programa de Comunicación
Director Radio	Marisol Mesa Galicia				
Nombre Emisora	Tu Radio				
Presupuesto	Institucional				

9.1.23.2. Productiva

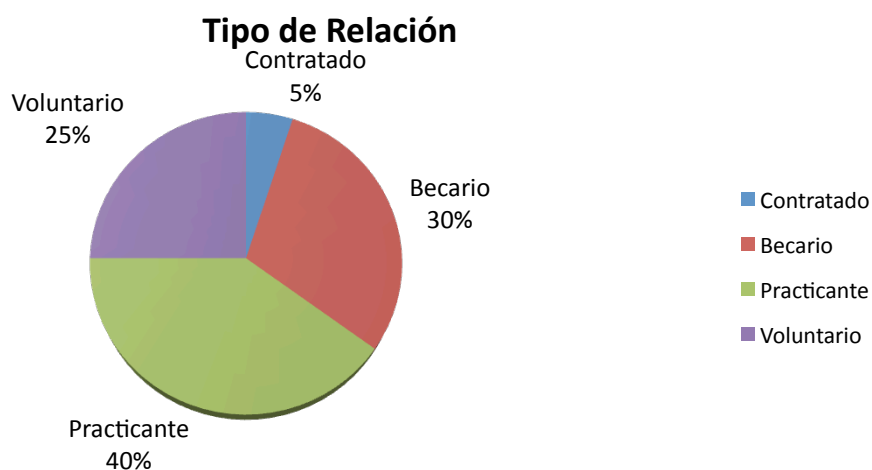
Tu Radio está conformada²¹⁰ por **21 integrantes**, de los cuales el **95%** son **alumnos** y el **5%** **profesores**.

²¹⁰ Anexo A-PROT-26

Perfiles del equipo de Producción

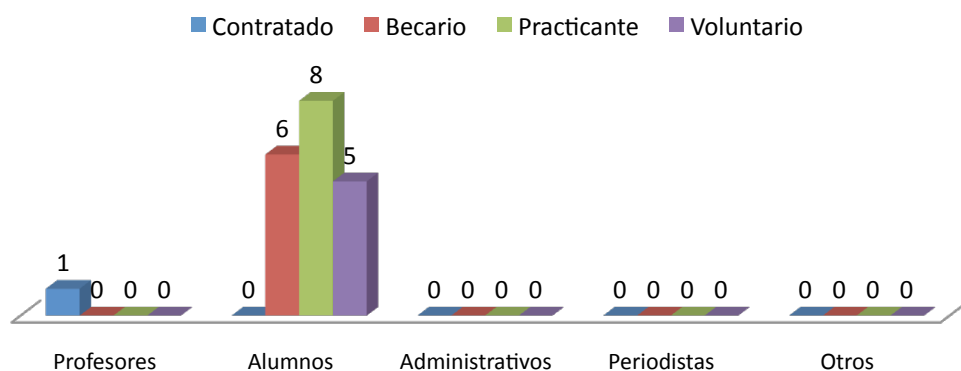


De los integrantes, el 40% son practicantes, el 30% becarios, el 25% voluntarios y el 5% contratados.

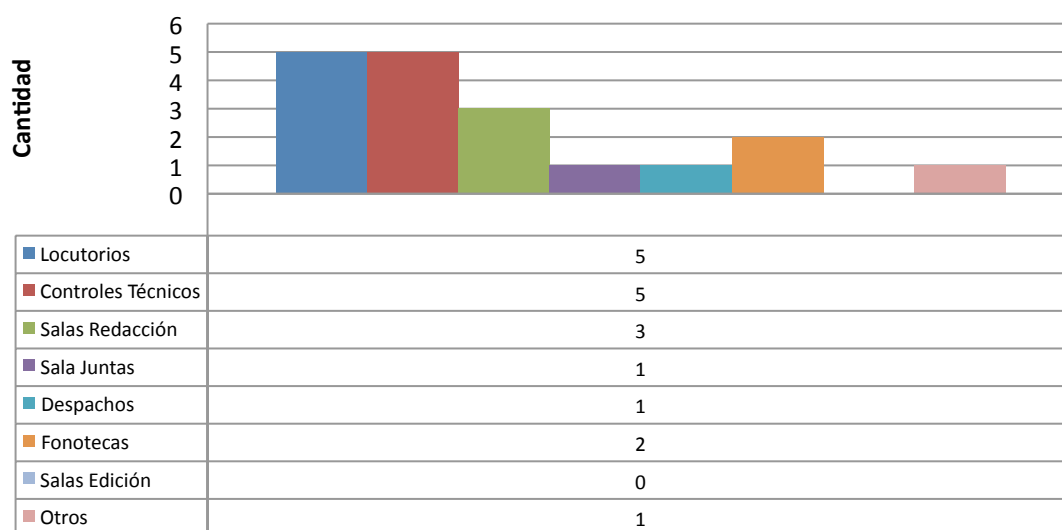


En relación al tipo de vínculo con la emisora y el perfil del integrante, vemos que el único docente es contratado y los estudiantes son, 6 becarios, 8 practicantes y 5 voluntarios.

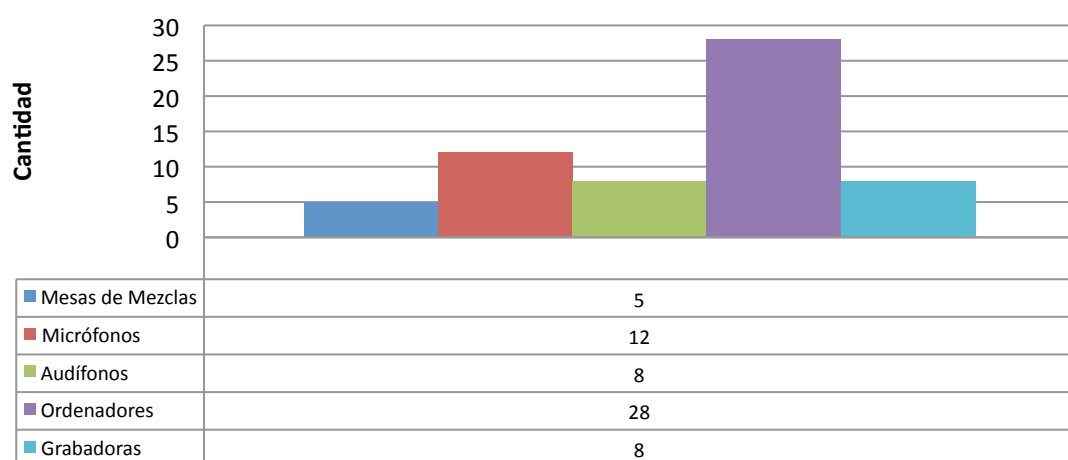
Relación por Perfil



Espacios de Producción



Elementos de Producción



9.1.23.3. Programación y Contenidos

La programación de Tu Radio tiene²¹¹ una estructura mixta, en la que se intercalan franjas musicales, con programas temáticos. Le elaboración de la parrilla se lleva a cabo por medio de una Junta de Programación, integrada por el Director del Programa de comunicación, la dirección de la emisora, profesores y representantes de estudiantes, como el cuerpo operativo. En cuanto a la periodicidad de la programación, ésta se adecua a los ritmos y tiempos académicos. Si bien se expone al equipo de producción que los espacios programáticos deberían tener una periodicidad anual. En caso de no lograrlo, se plantean con duración semestral²¹².

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Sí	Sí	-	Sí	Semestral	Sí	-

Los programas de Tu Radio:

- **Radios Ciudadanas:** Programa del Ministerio de Cultura que se caracteriza por la multiplicidad de voces y el análisis de las temáticas abordadas.
- **Historias para la paz:** Programa realizado con el colectivo de la Agencia Colombiana para la Reintegración (desmovilizados de los grupos armados al margen de la ley), con el objetivo de reconstruir el tejido social y comunicativo.
- **Rincón del Gamer's:** Programa tecnológico en el que se plantean los avances en el mercado mundial, realizado por un estudiante de Comunicación Social - Periodismo
- **Vuvuzela:** Programa cultural realizado en inglés por estudiantes de Comunicación Social en el marco de su clase de inglés II
- **Acción deportiva:** Programa de información deportiva universitaria, realizado por un estudiante de Comunicación Social - Periodismo
- **Natuagro.** Programa liderado por la Tecnología en Protección y Recuperación de Ecosistemas Forestales del Instituto de Educación a Distancia IDEAD, en donde se visibilizan los trabajos investigativos en temas de impacto ambiental, producción agropecuaria, ecosistemas forestales y avances tecnológicos en dichos ámbitos.

²¹¹ Anexo A-PROG-28

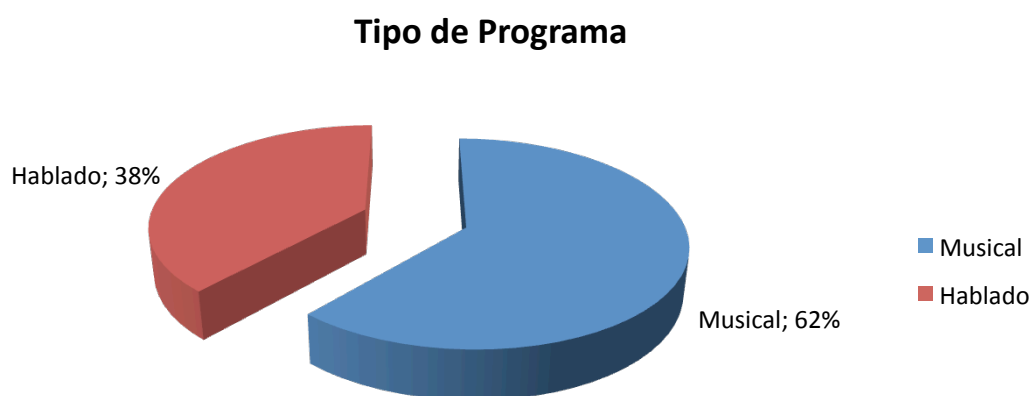
²¹² Anexo A-ENTR-36

- **Abstracto:** Programa del Museo de Arte del Tolima con el que dan cuenta del contexto cultural de la región.
- **Cultura al aire:** Magazin cultural realizado por estudiantes de Comunicación Social en el marco de la asignatura Periodismo Cultural.
- **Informativo UT.** El Informativo UT se emite diariamente de lunes a viernes en dos emisiones diarias; 11:30 A.M. Y 05:30 P.M. Este programa transmite los hechos más representativos que se gestan al interior de la universidad y la región. Se caracteriza por la seriedad, el compromiso y la imparcialidad. Espacio coordinado por Robinson Gutiérrez bajo la dirección de Marisol Mesa, con el acompañamiento del equipo de trabajo de Tu Radio.
- **La Universidad y el campo:** Programa realizado por estudiantes de Ingeniería Agronómica y va dirigido a nuestros campesinos con una mirada técnica.
- **Epicentro:** Programa de debate y análisis de temas políticos y económicos.
- **Universidad para niños:** Programa realizado por el colectivo de niños y niñas que dan cuenta de su percepción de la realidad a partir de sus sueños, esperanzas, etc.
- **Franja Parásito:** Magazin con fuerte crítica de la realidad nacional, con mucha música en vivo y muchos invitados. (Realizado por estudiantes de la facultad de Ciencias Humanas y Artes)
- **Voces Unidas – ONU.** El programa de radio de Naciones Unidas se constituye en uno de los principales instrumentos a través del cual la organización da a conocer su trabajo y la forma en que éste impacta la vida de los colombianos. Así mismo, a través de la emisión de mensajes y promoción de campañas, la ONU está más cerca de la ciudadanía dando énfasis a la comunidad y a los beneficiarios de los proyectos que son implementados en el territorio nacional.
- **Redescubrir la ciudad:** Programa de crónicas urbanas.
- **Rompecabezas (convenio).** Es un espacio radial de 1 hora semanal, dirigido por el CINEP (Centro de Investigación y Educación Popular), El Programa por la Paz y la Pontificia Universidad Javeriana. Busca la construcción de opinión pública con base en el análisis, la reflexión, la discusión y la investigación periodística de los temas que se debaten en la coyuntura del país. El programa hace uso de los distintos géneros periodísticos para enriquecer la mirada sobre las temáticas y establece canales de comunicación con diferentes voces, públicos oficiales y no oficiales, especializados y no especializados, cuyas opiniones,

miradas, vivencias y experiencias, promueven diferentes puntos de vista sobre los procesos sociales y políticos del país.

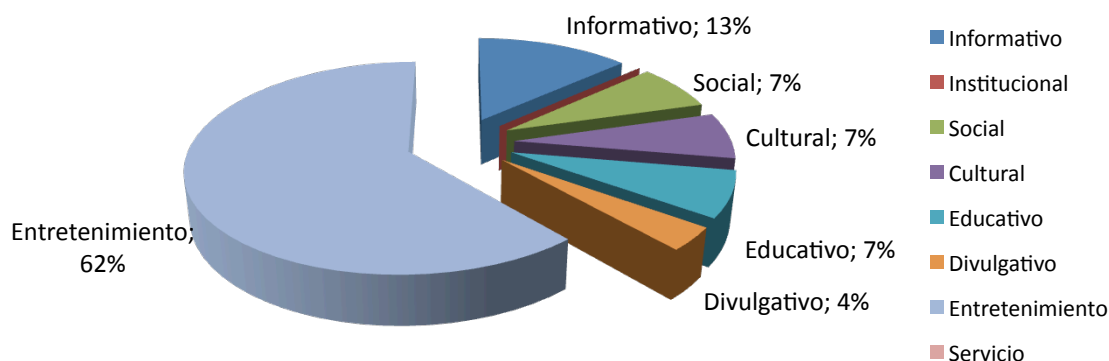
- **Radionovela.** Espacio de dramatizaciones y ficciones sonoras.
- **Música Colombiana Atlántica.** Lista de reproducción musical temática
- **Música Colombiana Pacífica.** Lista de reproducción musical temática
- **Música Colombiana Llanera.** Lista de reproducción musical temática
- **Música Colombiana Folclórica Centro.** Lista de reproducción musical temática
- **Música Colombiana Andina.** Lista de reproducción musical temática
- **Música Colombiana Insular.** Lista de reproducción musical temática
- **Reggae/SKA.** Lista de reproducción musical temática
- **Música Clásica.** Lista de reproducción musical temática
- **Franja Musical Baladas.** Lista de reproducción musical temática
- **Franja Canción Latinoamericana.** Lista de reproducción musical temática
- **Salsa.** Lista de reproducción musical temática
- **Electrónica.** Lista de reproducción musical temática
- **Franja musical Variada (Bluss – Jazz – Bosa Nova).** Lista de reproducción musical temática

El 62% de los espacios de la programación son musicales, frente al 38% hablados.



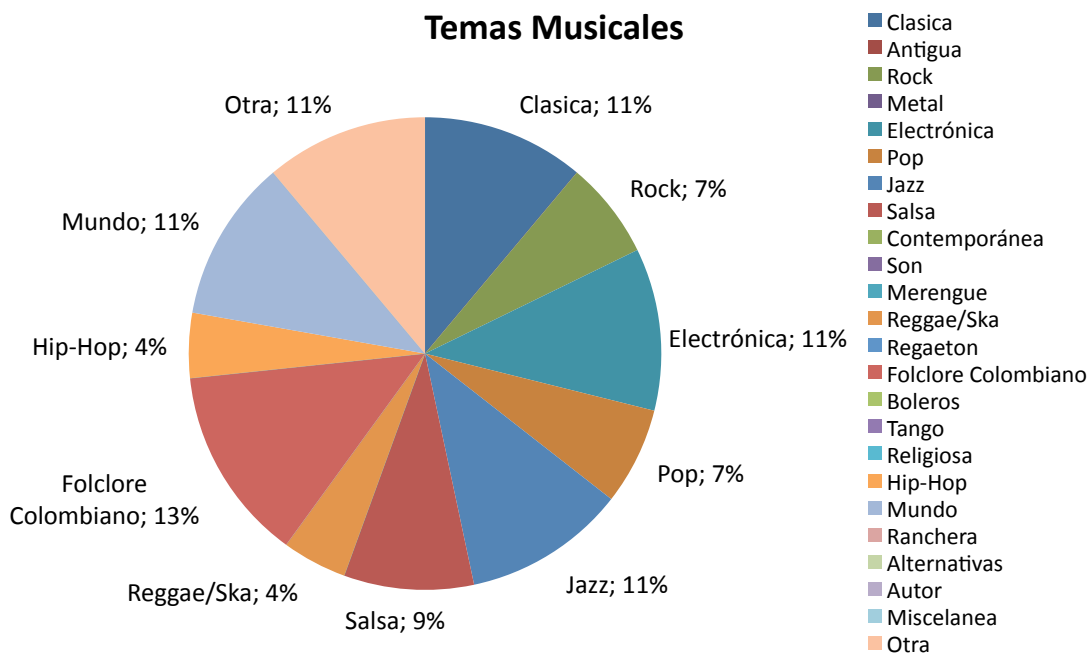
En cuanto a la finalidad de los espacios, el 62% tienen un carácter de entretenimiento. Esto se debe a la gran cantidad de listas de reproducción. El 13% tiene una finalidad informativa; con un 7% cada uno, encontramos programas sociales, culturales y educativos; y con un 4%, espacios cuyo fin es divulgativo.

Finalidad del Programa



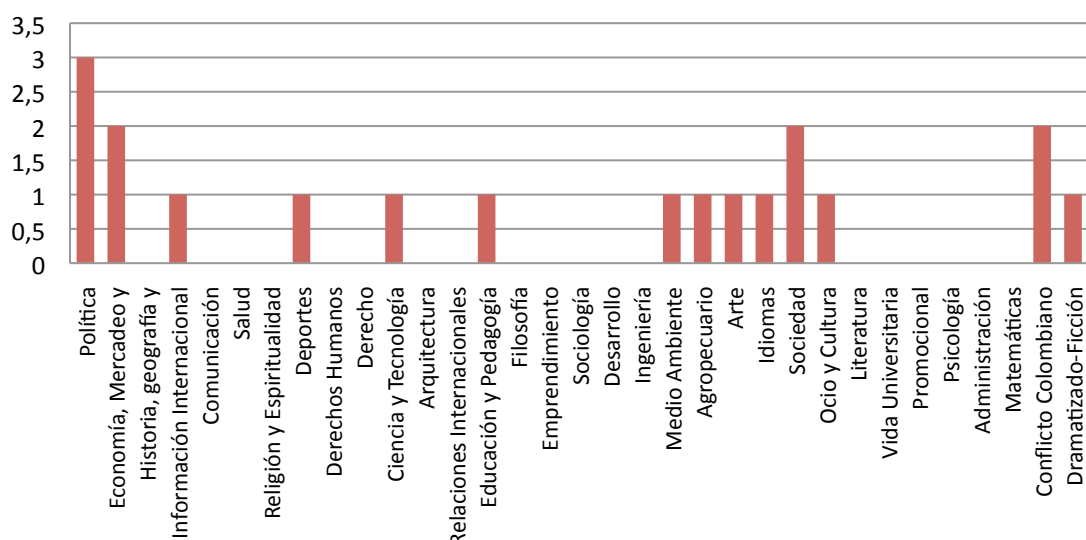
Los estilos musicales que se programan en Tu Radio son, con un 13%, folclore Colombiano; con un 11% cada uno, electrónica, músicas del mundo, Jazz y Clásica. Con un 9% Salsa. Con un 7% Pop y Rock, respectivamente. Y con un 4% Reggae, Ska y Hip-Hop, respectivamente.

Temas Musicales



En cuanto a contenidos de en los programas hablados, tienen mayor peso los de política, conflicto en Colombia, economía y sociedad. También se habla sobre arte, medio ambiente, agro, ciencia y tecnología y educación, entre otros.

Temas Hablados



9.1.23.4. Distribución

Tu Radio es una emisora web que emite por Internet a través de la página www.turadiout.com, que a su vez sirve de portal de información con contenidos noticiosos. Tiene perfil en las redes sociales Facebook <https://www.facebook.com/TuRadiolaRadiodelaUT?fref=ts> y Twitter @turadiout. Tiene servicio de Podcast a través de su página web.

Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación		Propio	Externo		Sí	Facebook Twitter	Tunein	Sí	No

9.1.23.5. Difusión

La Universidad el Tolima es una institución pública emplazada en un departamento que vio nacer el conflicto armado colombiano. Por lo tanto, es una institución muy sensible a la problemática regional y nacional. Si bien es una emisora que surge del programa de comunicación social en el que los alumnos pueden realizar sus prácticas, y la producción recae sobre los alumnos dirigidos por una profesora, los contenidos que maneja la radio tienen un alto grado de debate, reflexión y pedagogía sobre asuntos que afectan directamente a las estructuras sociales de la zona: conflicto, participación ciudadana, medio ambiente y agro. Por tanto, podríamos decir que la programación, si bien tiene una estética y dinámica juvenil, maneja contenidos de interés para

comunidades étnicas, rurales, etc., con lo que saldrían de la propia universidad. Sin embargo, tiene un problema de accesibilidad para muchos de los potenciales públicos objetivos, y es el tipo de distribución: Internet. Medio tecnológico no extendido en toda la zona.

9.1.24. Universidad Santiago de Cali: La Radio USC

Fechas de análisis: 12 de junio de 2013

La Universidad Santiago de Cali es una Institución de Educación Superior, bajo la personería de fundación, creada en 1958, con el objetivo de ofrecer a la juventud vallecaucana un sistema educativo que les permitiera no desplazarse a otras ciudades de Colombia.

Comenzará su andadura académica con la Facultad de Derecho. Le seguirán las facultades de Educación y de Contaduría y Administración. En la actualidad la integran siete facultades: Ciencias Básicas, Ciencias Económicas, Comunicación y Publicidad, Derecho, Educación, Ingeniería y Salud.

En su acta fundacional se fijaron dos propósitos que la universidad ha aceptado como principios rectores del quehacer institucional:

- "Que es nuestro propósito propugnar por la enseñanza sin limitaciones ni restricciones por razones de raza, sexo, convicciones políticas o cualesquiera otras"; y
- "Que a la universidad colombiana debe dársele una orientación más definidamente democrática para hacerla accesible a todas las clases sociales y en especial a las clases menos favorecidas."²¹³

La Universidad Santiago de Cali, fiel a su trayectoria, consciente de sus compromisos y pertinencia con su entorno y con la sociedad, se compromete en el corto y mediano plazo, con el desarrollo y procura de sus propósitos y finalidades, para alcanzar la calidad, la eficiencia y llegar a ser:

- Una Institución esencialmente académica, con vocación regional, autónoma y comprometida con la sociedad colombiana, para ser instrumento efectivo en el desarrollo de lo local, regional, nacional, aspirando ser una de las mejores instituciones de educación superior del occidente colombiano.
- Una Universidad que contribuya a que, en la era del conocimiento, el país alcance un nivel de competitividad capaz de asegurar su viabilidad económica y al mismo tiempo, que reduzca la distancia entre los que más tienen, saben y

²¹³ Anexo A-EST-24

los que viven en la ignorancia y la pobreza, brecha que vulnera las posibilidades de equidad social.

- Una Universidad que fomente en los estudiantes una inmensurable sensibilidad social, que les permita hacer suya la problemática de sus congéneres y que a partir de esta interiorización, entiendan que es necesario fortalecer los lazos de amistad, tolerancia, solidaridad, participación y paz; de aceptación de la diferencia y de la construcción de comunidades a partir de ella.
- Una Universidad que en atención a la problemática planteada en el país enfatice y profundice en la formación científica, humanística, que contribuya a la formación de un ser autónomo, capaz de realizar sus sueños y de convertir en oportunidades los desafíos que se le presenten en la vida.
- Una Universidad que en el suroccidente colombiano sea la pionera de la integración cultural, política, social, económica e intelectual de América Latina²¹⁴.

9.1.24.1. Variable Empresarial y Organizativa

La universidad se estructura de la siguiente forma: Consejo Superior, Rectoría y Consejo Académico como elementos verticales. De la Rectoría sale un eje del que dependen de él y entre sí se encuentran de forma horizontal: Vicerrectoría, Gerencia Administrativa, Gerencia de Bienestar y Gerencia Financiera. De la Vicerrectoría dependen las unidades académicas: Facultad de Ciencias Básicas, Facultad de Ciencias Económicas, Facultad de Derecho, Facultad de Educación, Facultad Ingeniería, Facultad Salud y Facultad de Comunicación y Publicidad.

De la Facultad de Comunicación y Publicidad se subdividen dos departamentos: Humanidades y Artes y Comunicación. Es de este último departamento de que surge la emisora de radio: La USC Radio.

La USC Radio es un proyecto digital que surge del trabajo de directivos, docentes y estudiantes de la Facultad de Comunicación y Publicidad de la Universidad Santiago de Cali a través del grupo de investigación y semillero CIES (Colectivo de Investigación y Expresión Sonora)

²¹⁴ A-EST-24

La propuesta pretende “incidir positivamente en los procesos académicos desde el área de expresión, promoviendo inicialmente la producción sonora, y paulatinamente la investigación y la intervención social dentro y fuera de la Facultad. Pretende abarcar la Universidad Santiago de Cali en todo su contexto y por eso deberá contar con el apoyo de todas las unidades académicas y administrativas, especialmente Gerencia de Bienestar Universitario, Centro de Producción Audiovisual (CEPA), Oficina de Comunicación y Prensa y de manera especial el respaldo incondicional de la Rectoría de la USC.”²¹⁵

La misión de La Radio USC es generar, divulgar, enriquecer y fortalecer la producción radiofónica a través de diversos productos radiofónicos en el contexto social, académico, cultural e investigativo, a partir de la exaltación de las narrativas sonoras²¹⁶.

La Radio USC es una de las líneas del proyecto Plataforma Interactiva, en el que convergen el medio sonoro, el escrito y el visual²¹⁷.

Los objetivos de La Radio USC son:

- Promover la emisora virtual como un medio lúdico, educativo e informativo para la comunidad oyente.
- Entregar información de forma ágil y oportuna a la comunidad.
- Abrir un espacio de expresión a la comunidad universitaria de la USC y promover el uso de la emisora virtual.
- Sensibilizar a los oyentes sobre temas culturales, sociales, económicos y ambientales.
- Promover la difusión y mercadeo de los diferentes programas académicos que oferta la USC.

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad Santiago de Cali		Privado	Regional	1	No Aplica
Adscripción	Facultad de Comunicación y Publicidad	Rector	Carlos Andrés Pérez Galindo	Unidad	Plataforma Interactiva
Director Radio	Víctor Aguirre				

²¹⁵ Anexo A-ENTR-38

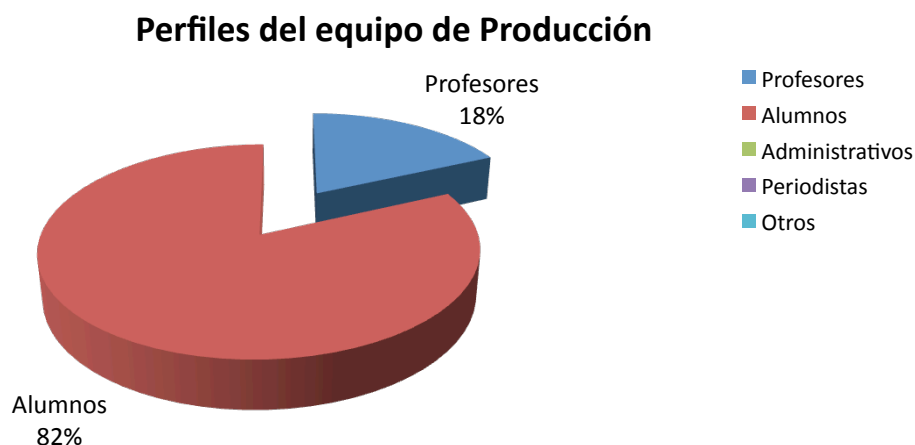
²¹⁶ Anexo A-ENTR-38

²¹⁷ <http://plataformainteractiva.usc.edu.co/> fecha de consulta 30 de junio de 2013

Nombre Emisora	La RadioUSC
Presupuesto	Institucional

9.1.24.2. Productiva

La Radio USC²¹⁸ está compuesta por **10 integrantes**, de los cuales el **82%** son **alumnos** y el **18%** **profesores**.

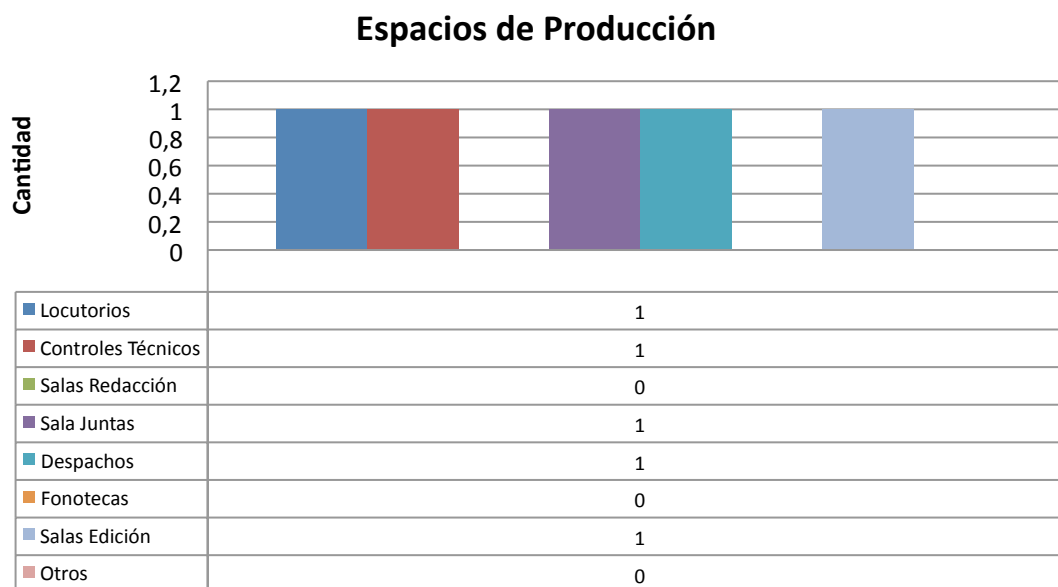


De los integrantes, el 18% son contratados, en este caso profesores que compaginan su labor docente con el proyecto sonoro, y el 82% restante alumnos que participan de forma voluntaria.

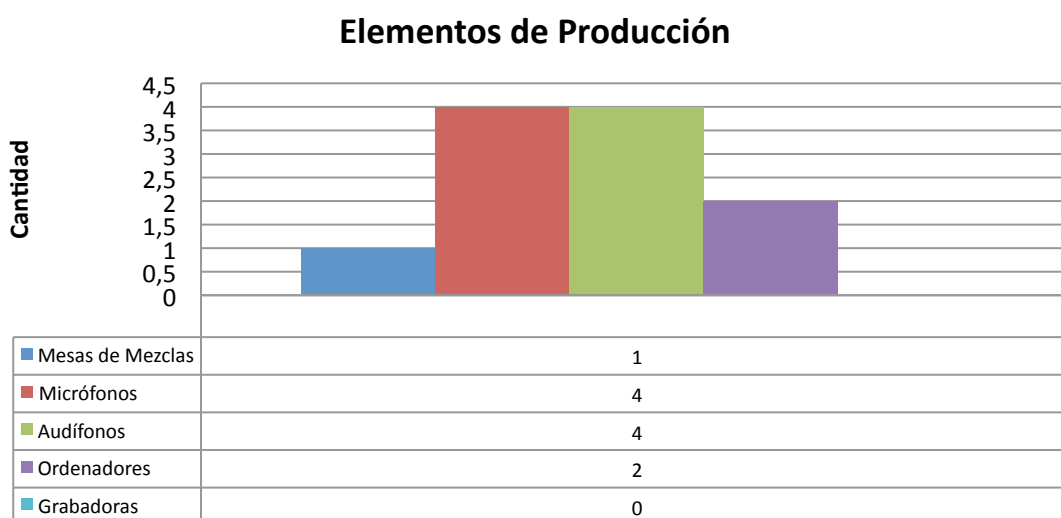


En cuanto a los espacios de producción, el proyecto cuenta con:

²¹⁸ Anexo A-PROT-27



La Radio USC dispone de una mesa de mezclas, cuatro ordenadores y cuadro audífonos. Emplea el *ProTools* como software de edición de audio y el Zara Radio como programa de gestión de contenidos.



9.1.24.3. Programación y Contenidos

La programación²¹⁹ de La Radio USC se estructura en franjas de lunes a domingo, compuestas por espacios musicales tipo *Play List*, espacios juveniles y espacios de difusión de producciones realizadas en las asignaturas de radio²²⁰.

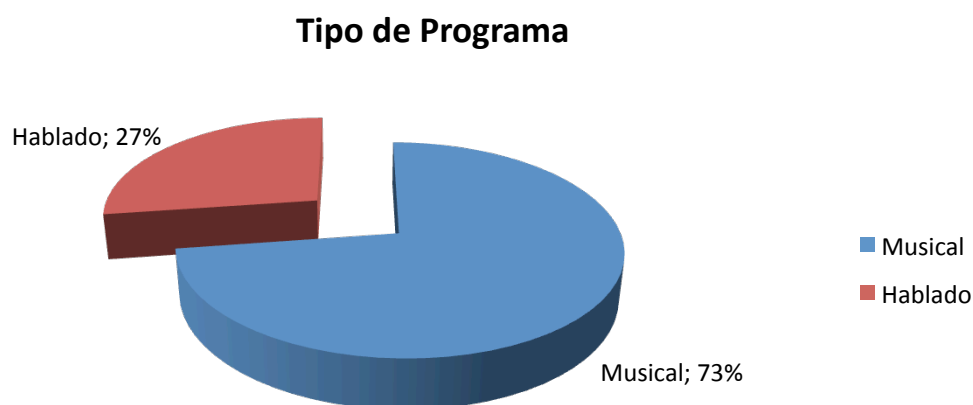
²¹⁹ Anexo A-PROG-28

²²⁰ Anexo A-ENTR-38

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Sí	Sí	No	Sí	Semestral	Sí	-

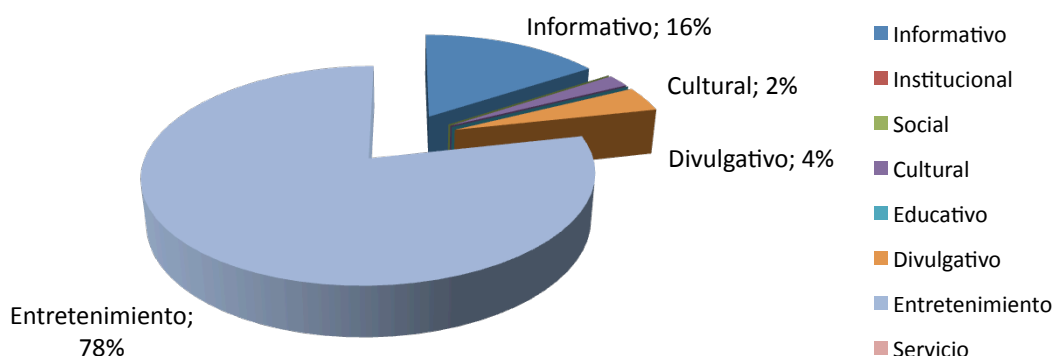
- **Franja musical.** Música de diversos géneros durante todo el día (*Crossscover*) todos los días, las 24 horas, en los los espacios en los que no hay programas.
- **Franja juvenil.** Espacio para audiencias juveniles, entretenimiento, notas de interés general; música variada y especiales musicales de artistas de gran aceptación para este tipo de público, concursos, etc.
- **Programas temáticos.** Espacios como Salsa para el Mundo, Informativo La Radio, o producciones de la asignatura de radio, que se intercalan entre franjas.

Podemos ver que la programación se adecua los ritmos, a la capacidad productiva del proyecto, como un espacio de difusión de los trabajos que surgen en el aula y en el grupo de investigación. Esto es lo que hace que el **73%** de la **programación** esté compuesta por listas de reproducción y el **27%** por **contenidos** de producción.



En cuanto a la finalidad de los programas, apreciamos que el 78% de los espacios tienen una finalidad de entretenimiento, el 16% informativa, 4% divulgativo y 2% cultural.

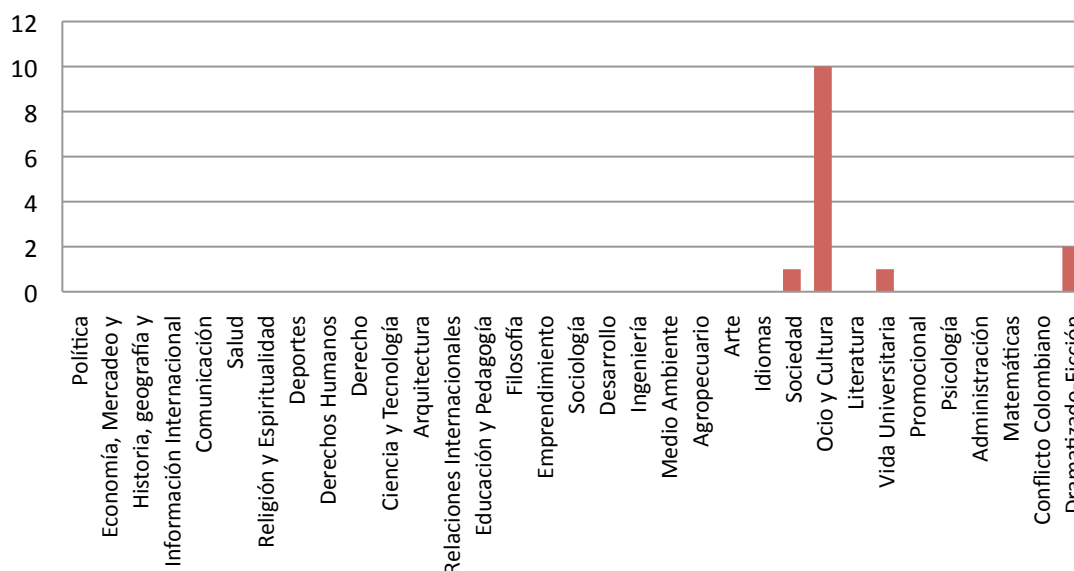
Finalidad del Programa



En cuanto a los temas musicales, la emisora programa una lista de reproducción *croosover* y emite un programa de salsa.

En relación a los temas de los programas, los que más acoge la programación tienen que ver con ocio y cultura: música, cine, entretenimiento, etc. Los informativos, centrados en asuntos de la universidad y píldoras sobre creación y experimentación sonora.

Temas Hablados



9.1.24.4. Distribución

La Radio USC es un medio digital que emite a través de la página web <http://plataformainteractiva.usc.edu.co/>. Simplemente cuenta con un reproductor, pero no encontramos información adicional como descripción de programas, perfiles de

realizadores, etc. Cuenta con perfil en Twitter @laradiousec y con grupo en Facebook <https://www.facebook.com/groups/laradiousec/?fref=ts>

9.1.24.5. Difusión

A partir del análisis de los objetivos de la universidad y de la emisora de radio; del sistema de producción y distribución; así como de la estructura de programación y de contenidos, podemos determinar que el Público Objetivo de La Radio USC son jóvenes universitarios pertenecientes a la propia institución de educación superior. Al tratarse de una emisora formativa, el alcance de los modos limita otro tipo de público; se tratan mucho temas internos a la universidad y la música es juvenil.

9.1.25. Universidad del Valle: Univalle Estéreo

Fechas de análisis: 11 de julio de 2013

La Universidad del Valle es una institución Estatal de educación superior, fundada en 1945. Iniciaré sus labores con la Facultad de Química Industria. El nombre original de la universidad era Universidad Industrial del Valle del Cauca, pero en 1954 adquiriría en nombre actual.

La segunda Facultad que se crearía sería la de Ingeniería Eléctrica. En 1950 se pondría en marcha la Facultad de Medicina. En la actualidad cuenta con siete facultades: Artes Integradas, Ciencias Naturales y Exactas, Ciencias de la Administración, Salud, Ciencias Sociales y Económicas, Humanidades e Ingeniería; y dos Institutos: Educación y Pedagogía y Psicología.

La Universidad del Valle, como Institución Pública, tiene como misión “educar en el nivel superior, mediante la generación y difusión del conocimiento en los ámbitos de la ciencia, la cultura y el arte, la técnica, la tecnología y las humanidades, con autonomía y vocación de servicio social. Atendiendo a su carácter de institución estatal, asume compromisos indelegables con la construcción de una sociedad justa y democrática”. La Universidad afrontar una serie de desafíos “derivados de su función en el contexto local, regional, nacional e internacional, en particular:

- La expansión de la sociedad del conocimiento como expresión de la importancia cada vez mayor de la ciencia y la tecnología para el desarrollo económico, social, político y cultural del mundo moderno.
- Las demandas crecientes por formación universitaria en la región y en el país.
- La innovación permanente en todas las actividades debido al creciente papel de la tecnología.
- La necesidad de flexibilizar la actividad universitaria para hacerla equiparable con los estándares internacionales de calidad.
- La tendencia a la recualificación y a la reorientación de las profesiones debido a los cambios en el mercado laboral y en el ejercicio de las profesiones.
- La internacionalización de las actividades universitarias, resultado del impacto de la globalización en la educación, el conocimiento y la información.

- La necesidad de fortalecer lo público y consolidar una cultura ciudadana de defensa y promoción del interés colectivo”²²¹.

9.1.25.1. Variable Empresarial y Organizativa

Univalle Estéreo es una emisora de radio de **Interés Público** gestionada por la **Fundación Universidad del Valle**. Institución de carácter mixto fundada en 1992, que cuenta con participación pública mayoritaria.

La Fundación Universitaria del Valle²²² está conformada por un Consejo Directivo, conformado por el Rector de la Universidad del Valle, el Gobernador del Departamento del Valle, un representante de los egresados de la universidad, 3 miembros designados por el consejo directivo (un empresario y dos representantes de los miembros fundadores de la Fundación Universidad del Valle). El Consejo Directivo es el órgano encargado de finar lo lineamientos que deberá ejecutar el Director Ejecutivo de la Fundación.

Esta institución sin ánimo de lucro tiene gestiona dos grandes proyectos comunicativos de la Universidad del Valle: el Canal Universitario, de televisión, y Univalle Estéreo, la emisora de radio.

La Fundación tiene como misión facilita el desarrollo, la modernización e internacionalización de la Universidad del Valle, a partir de la responsabilidad social, en pro del beneficio económico, social y ambiental de Colombia. Y tiene como objeto “la producción, comercialización, promoción y administración de todo tipo de bienes y servicios, así como la consultoría, asesoría y auditoría y la interventoría; la ejecución y financiación de planes, programas, proyectos, convenios y de cualquier actividad de investigación, de extensión, de desarrollo y de difusión cultural y deportiva, con el respaldo académico y científico de la Universidad del Valle a través de cada una de sus unidades académicas, administrativas y toda actividad que el Consejo Directivo de la Fundación Universidad del Valle considere debe ser apoyado.”²²³

De la Fundación dependen dos grandes proyectos mediáticos: la emisora de radio y el canal de TV. En lo que refiere a la radio, Univalle Estéreo, se organiza de la siguiente

²²¹ Anexo A-EST-25A

²²² Anexo A-EST-25B

²²³ Anexo A-EST-25B página1.

forma²²⁴: Director Ejecutivo de la Fundación, Director de la emisora; de forma transversal en la cadena de mando, se encuentra el comité de programación; al director le sigue el Asistente de Programación, el Director de Mercadeo, los Productores, el Web Master; el Jefe de Operativo de Grabación y, de éste, dependen los operadores master y el productor radia.

Por tanto, Univalle Estéreo se debe alinear con los objetivos planteados en la misión de la Fundación Universidad del Valle.

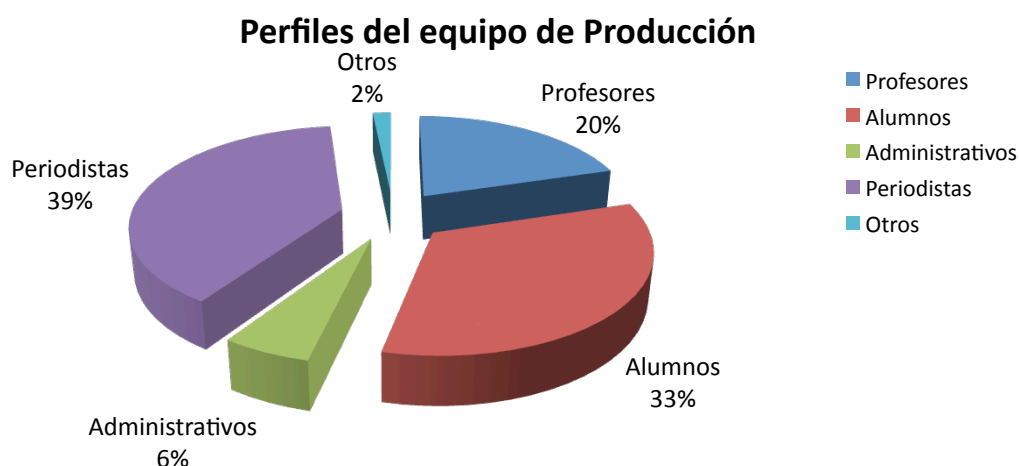
Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad del Valle		Público	Regional	1	Interés Público
Adscripción	Fundación Universidad del Valle	Rector	Carlos Andrés Pérez Galindo	Unidad	Medios
Director Radio	Elier Hernández				
Nombre Emisora	Univalle Estéreo				
Presupuesto	Mixto: Institucional y propio (auspicio, patrocinio y proyectos).				
Objetivo	Extensión - Cultural				

9.1.25.2. Productiva

Univalle Estéreo está conformada por **123 personas**²²⁵, de las cuales el **39%** son **periodistas**, el **33%** **alumnos**, el **20%** **profesores**, el **6%** **administrativos** y el **2%** restante, mantienen otro perfil profesional.

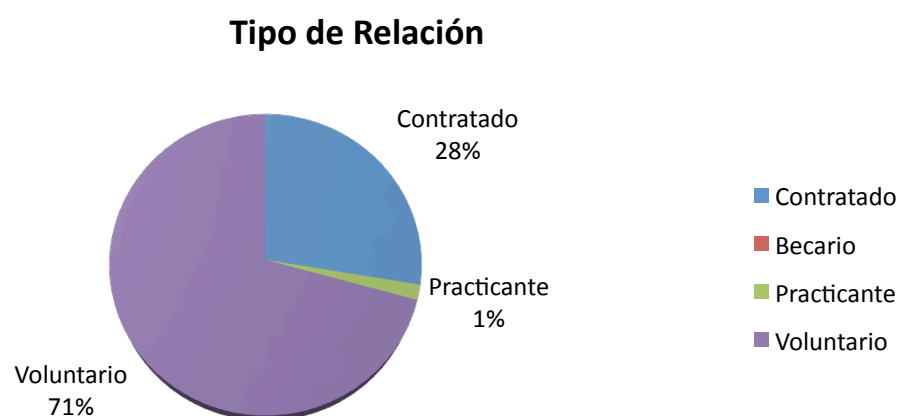
²²⁴ Anexo A-ORG-22

²²⁵ Anexo A-PROT-28

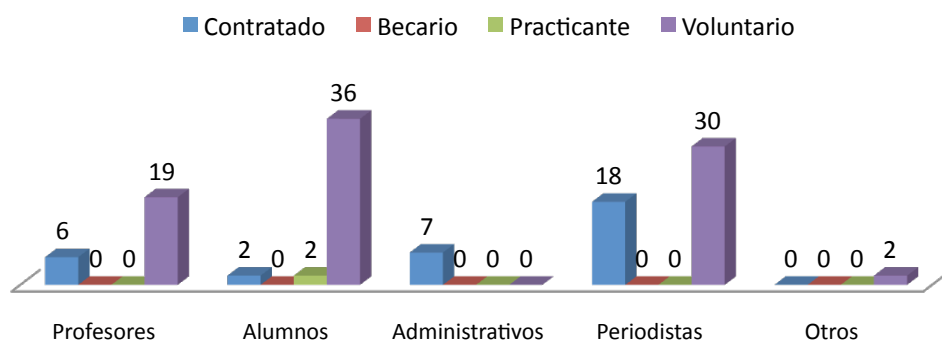


De la totalidad de integrantes, observamos que el 71% son voluntarios, el 28% son contratados y el 1% practicantes.

De los profesores, 6 tienen una relación laboral por proyectos de la emisora y de la fundación, y 19 son voluntarios; de los alumnos, 2 tienen un contrato, 2 son practicantes y 36 voluntarios; la totalidad de los administrativos son contratados; de los periodistas, 18 son contratados y 30 voluntarios.

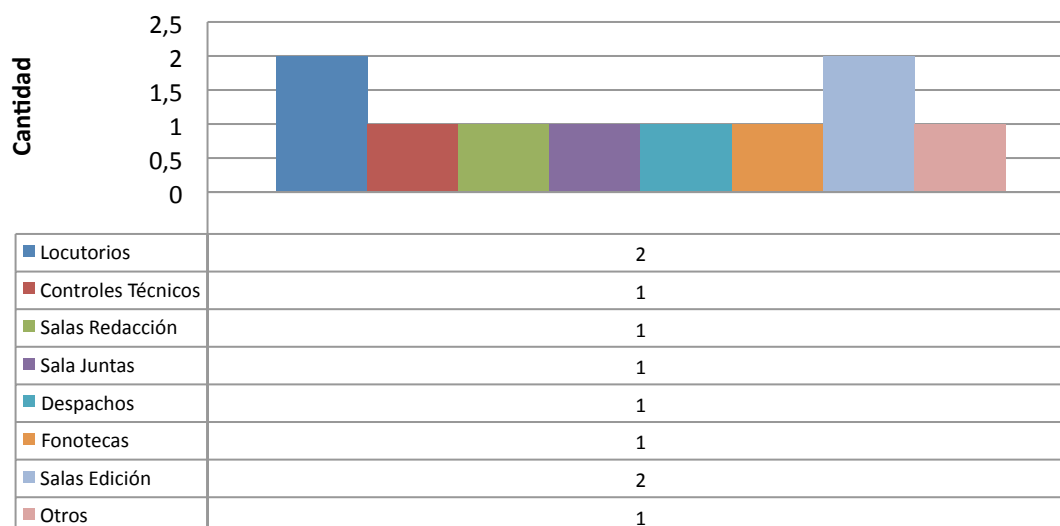


Relación por Perfil

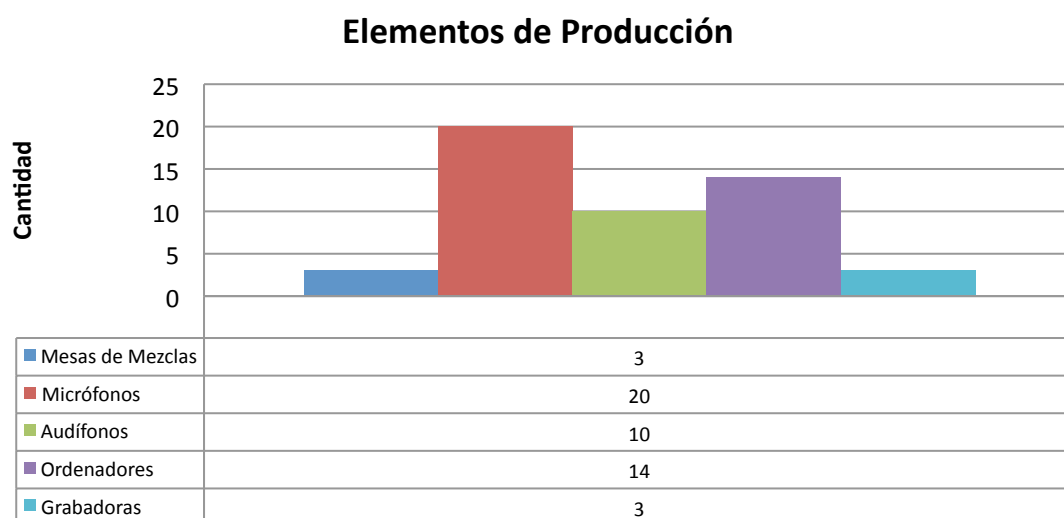


Univalle Estéreo dispone de las siguientes instalaciones:

Espacios de Producción



En cuanto a los elementos técnicos de producción, Univalle Estéreo dispone de 3 mesas de mezclas, 20 micrófonos, 10 audífonos, 14 ordenadores y 3 grabadoras. Utiliza el software Adobe Audition para edición de audio y el CECAS 2 como gestor de contenidos.



9.1.25.3. Programación y Contenidos

La estructura de contenidos se plantea con una programación de lunes a viernes conformada por franjas semanales, y una programación de fin de semana estructurada en formato mosaico²²⁶. La programación se elabora a partir de un comité de programación y tiene una periodicidad anual²²⁷.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Sí	Sí	No	Sí	Anual	Sí	Sí

Los programas de Univalle Estéreo son:

- **LA U FM.** Informativo musical y periodístico que combina noticias, análisis, buena música y entretenimiento, lo que le ha permitido convertirse en una alternativa noticiosa y una manera diferente de hacer radio informativa en la ciudad. LA U FM es un programa hecho por gente joven y se ha consolidado entre la audiencia del Suroccidente Colombiano. Se transmite de lunes a viernes entre las 6:00 y las 8:00 de la mañana y también puede ser escuchado por Internet. Dirige: Gildardo Arango.
- **Salud Semillas.** Expertos en salud hablan, durante este espacio, temas de interés para público de todas las edades. Brindar con profesionalismo y calidad la orientación, los bienes y los servicios en el área de la salud, necesarios para una vida

²²⁶ Anexo A-PROG-28

²²⁷ Anexo A-ENTR-29

saludable y natural de manera integral, salud semillas de lunes a viernes de 8 a 9:00 de la mañana.

- **Escalera al Cielo.** Escalera al Cielo, Radio con Sentido. Programa musical del género adulto contemporáneo, matizado con frases célebres, historias para pensar, apuntes sobre ecología, tecnología, cultura, avances científicos, entrevistas, etc. Escalera al Cielo se emite de lunes a viernes de 9:00 AM a 11:30 AM. Conduce Julieta Gallego Molina.
- **Medio Día Noticias.** Este espacio radial combina noticias y análisis de actualidad, con un equipo periodístico fuerte que incluye reconocidas personalidades del periodismo y jóvenes estudiantes que le imprimen un tono fresco y diferente. Medio día noticias, de lunes a viernes de 11:30 AM 1:00 de la tarde. Dirige: Wilson Araque.
- **Café Rock.** Que relajante y placentero es sentarse con los amigos, acompañados de una humeante taza de café y buena música, a conversar de temas de moda, opinión y hasta controvertidos que llegan a la mente. Un cálido lugar es la clave para que el momento sea placentero. Así es nuestro Café Rock, un sitio para encontraros al rededor del movimiento cultural caleño. Café Rock se emite de lunes a viernes de 3:00 a 5:00 pm, bajo la Dirección y Conducción de Freddy Alberto López.
- **El Taller.** Un programa de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle, en el que se emiten las piezas elaboradas por los estudiantes. Ensayos sonoros, reportajes y piezas experimentales que encuentran un espacio en El Taller. Coordinado por el monitor o la monitora de Radio del semestre y dirigido por el profesor Jorge Caicedo. El Taller es un espacio que abre las puertas de la radio a los futuros productores de contenido cultural de la ciudad., se emite los miércoles de 8:00 a 8:30 PM
- **Bloque C.** Programa de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle, dirigido por el profesor Jorge Caicedo y realizado por estudiantes de la Escuela de Comunicación Social y Radialistas de Colectivos de Expresión Sonora de la Ciudad; un espacio en el que se abordan temas culturales y de ciudad a partir de crónicas, dramatizados, piezas experimentales y nuevas músicas. Bloque C, se emite los miércoles de 8:30 a 9:00 p.m.
- **El Clavo Radio.** Un espacio para gente joven realizado por jóvenes. Temas de actualidad de la ciudad y la región tratados por egresados de Comunicación Social de diferentes Universidades de la ciudad. El clavo radio es la continuación de un

proyecto que nació cuando los estudiantes y egresados jóvenes decidieron producir su propio espacio para publicar artículos y que se ha consolidado como una de las alternativas jóvenes más fuertes de la región. Martes de 8:00 a 9:00 PM. Dirige César López.

- **La Chicharra.** Dirigidos por el profesor Camilo Mayor, estudiantes de Comunicación Social y Periodismo de diversas Universidades de la ciudad, unen sus esfuerzos para hacer de este espacio un punto de opinión en el que se tratan temas de ciudad y país. Procurando tener siempre las dos versiones sobre el mismo tema, La Chicharra se ha convertido en un programa de opinión joven y dinámico.
- **Mundo Universitario.** Cápsulas informativas de 2 a 3 minutos en las que se narra el acontecer de la Universidad del Valle; reconocimientos a los profesores, logros de estudiantes, proyectos de grupos de investigación y novedades en las carreras, quienes encuentran en este espacio la oportunidad para darse a conocer no solo entre el público universitario sino también en la región. Mundo Universitario se puede escuchar cada dos horas dentro de la programación musical de Univalle Estéreo 105.3FM. Dirige Nathalia Arango.

Sábado

- **Así Canta Colombia.** En este espacio se escuchan los géneros musicales colombianos de todos los tiempos y todas regiones. Además, pretende ser la ventanita abierta a través de la cual los autores, compositores, creadores artísticos en sus distintas expresiones, escritores, poetas y trabajadores de la cultura, conocidos, reconocidos o no, tengan la oportunidad de compartir con los oyentes sus proyectos y sus sueños. “Así canta Colombia, frente al horror y la guerra y a quienes viven de fomentarla, levantamos nuestros tiples, bandolas y guitarras; ofrecemos el sonar de nuestras tambores, marimbas y cununos, gaitas, arpas y capachos, para seguir cantando...para que ¡Viva la Vida!”. Bajo la dirección de José Omar Trujillo Ceballos. Sábados de 6:00 a 8:00 AM.
- **América Andina.** Espacio para la mejor música andina y latinoamericana. Todos los sábados de 8 a 9 de la mañana. En América Andina se habla de la actualidad latinoamericana ambientados con los mejores intérpretes de nuestra región. Este programa destaca nuestras identidades en Univalle Estéreo 105.3 FM. Dirigen Jorge Mendoza, Ary Campo Chicangana y Alex Agudelo.

- **Ciberradio.** Las últimas informaciones sobre el mundo de la tecnología, la informática y las telecomunicaciones con un click en la frecuencia 105.3 FM. Para actualizarse con la tecnología de Colombia y el mundo. Ciberradio una ventana informática radial dirigido a un público muy amplio, lo que incluye desde los amantes de la computación y a todos aquellos que se inician, hasta especialistas que aprovechan la calidad de los invitados para aclarar duda sobre la informática y sus componentes, todos los sábados a las 9:00 AM. Dirigido por Jairo Millán Grajales y Juan Manuel Triana
- **Conéctate con la U.** Programa de radio para difundir las actividades que generan las diferentes unidades académicas de la Universidad del Valle, haciendo especial énfasis el mundo de Investigación de las áreas: Social; Ambiental; Económica; Ciencia y Tecnología y en Emprendimiento Universitario. También es una oportunidad para conocer la labor de extensión de la Universidad, así como también personajes destacados, estudiantes, egresados y docentes que continuamente trabajan en investigaciones y las actividades que se programan desde la Alma Máter. Conéctate con la U se emite todos los sábados de 9:30 a 10:00 a.m., bajo la Dirección y Realización de José Luis Valderrama.
- **TOPS (música).** Lo más nuevo en tendencia en género musical. Adulto contemporáneo.
- **Usted Opina.** Usted Opina es un programa abierto con los protagonistas de la cotidianidad, con el mejor recurso humano que la Universidad del Valle ofrece, un programa fresco e incisivo sin favores ni concesiones. Un programa independiente para gente independiente. Usted Opina sábados 12 del medio. Dirige Demetrio Arabia.
- **Antología de Música Colombiana.** En este programa se tratan temas de la cultura cubana, además de sus artistas: autores, compositores, cantantes, músicos, agrupaciones y géneros musicales; su gastronomía, geografía, personajes, su humor y picaresca, poesía, declamación, etc. dentro de reseñas biográficas y anécdotas. El concepto con el cual se maneja el programa permite la escucha y disfrute de todo tipo de oyentes: el diletante, el desprevenido, el coleccionista o melómano. Antología de la Música Cubana se emite todos los sábados de 1:00 a 2:00 PM. Dirige Carlos Adams.
- **Audición Caribe.** Este programa tiene el propósito de difundir diferentes líneas musicales. Teniendo en cuenta el nombre del espacio, ello nos permite recrear

diversidad de ritmos, estilos y costumbres. Entre ellas: la música de Cuba, antes y después de la revolución cubana, la Salsa con énfasis en el estilo que tuviera en su nacimiento a finales de los sesentas, y posterior desarrollo en los setentas y ochentas, y que puede incluso ser hecha ahora y en cualquier continente, Jazz, Blues, Jazz latino, música colombiana de las dos costas, música de las islas caribeñas (calypso, soca, reggae, etc.), el bolero en México, curiosidades musicales que toquen el folklor latinoamericano. Además, éste programa aporta información histórica de la constitución de los grupos, cantantes, conjuntos, orquestas, compositores y anécdotas. Audición Caribe se emite los sábados de 2:00 a 4:00 pm, bajo la codirección, presentación y producción de Pablo Emilio Delvalle Arroyo e Isidoro CorkidiYaffé.

- **Qué Viva la Música.** Primer programa de la radio colombiana que presenta los Géneros Musicales Bailables del Caribe (Colombia, Cuba, Puerto Rico, Jamaica, República Dominicana, Costa Rica, etc.,) en grabaciones que no se escuchan con frecuencia, pero que poseen una belleza rítmica, armónica y melódica, que las convierte en verdaderas joyas musicales. Entre nuestros objetivos están: 1. Rescatar la diferenciación de los Géneros Musicales Bailables del Caribe. 2. Cada composición musical se presenta enunciando: Título, Género Musical, Autor y/o Compositor, Arreglista, Intérprete (Orquesta y/o Cantante), Formato Instrumental, Ciudad y Fecha de grabación. 3. Engrandecer el Alma y darle un masaje al Espíritu. Que Viva la Música, sábados de 16:00 a 18:00 hora Colombia (4:00 – 6:00 p.m.), bajo la Dirección de José Danilo Alegría Olave.
- **La Salsa Ayer y Hoy.** Un espacio dedicado al fenómeno cultural de la música urbana afro latinoamericana y caribeña, sus raíces, su historia y sus transformaciones. La salsa ayer y hoy, un programa que presenta lo mejor de la salsa en todas sus épocas estilos e intérpretes, todos los sábados de 6 de la tarde a 8 de la noche. Dirige el profesor
- **Pacífico, Música y Leyenda.** Tiene como objeto principal dar a conocer la riqueza musical del litoral Pacífico colombiano, y recrear las costumbres, prácticas, mitos y leyendas de las comunidades afro descendientes del occidente colombiano. Además de promocionar las producciones discográficas que contengan música del Pacífico en sus diferentes vertientes, ofrecer información acerca de las expresiones del folclor y las costumbres en el litoral y fomentar el respeto por la cultura de los pobladores de esta región. Este programa está dirigido a personas de diferentes

edades cuyas raíces étnicas y culturales sean provenientes de las comunidades afro descendientes del occidente colombiano, así mismo, a estudiantes, profesores, investigadores del folclor, y a personas que deseen ampliar su conocimiento sobre las manifestaciones culturales del pacífico. Proyecto realizado por Ernesto Gonzáles.

- **Noche Tropical.** De 9 a 10 y media de la noche es el momento propicio para la cumbia, el porro, la gaita el meré cumbé, y los más sonados ritmos trópico de América. Con la dirección y producción Arnulfo Gonzáles rojas y David Zavala Núñez.

Domingo

- **Aires del Recuerdo.** Cuan presto se va el placer, como después de acordado da dolor, como a nuestro parecer cualquier tiempo pasado fue mejor....aires del recuerdo, el musical que nos llevara a la añoranza de aquellos momentos que han hecho nuestras vidas, nuestra infancia, la familia, los amigos, los amores y los sueños que no volverán. Aires del Recuerdo, todos los domingos de 6 a 7 de la mañana.
- **Ars Sonora.** Una reflexión dialogada sobre mil años de creación musical en occidente. Un espacio para la investigación y presentación de un milenio de creaciones. Realizado por Alberto Guzmán y Juan Manuel Triana. Domingos 7 a 8 de la mañana.
- **Contacto.** Un espacio de 30 minutos semanales en donde se entrevistan personajes de la ciencia, la tecnología y la cultura, un espacio para destacar a investigadores, científicos, deportistas y profesionales de la Universidad del Valle; todos los domingos de 9:30 a 10:00 de la mañana. Presentado por el profesor Enrique Lara
- **Aquellos días.** Todos los domingos de 12 a 2 de la tarde, se emite al programa “AQUELLOS DIAS”, cuyo objetivo principal es la difusión de la música de la llamada “Vieja Nueva Ola”, que corresponde a las décadas de los años 60 y 70. Esta música involucra la balada, el rock and roll, el twist, el surf, el shake, todos ellos ritmos juveniles que fueron furor de aquella época. También se tienen en cuenta el chachachá, el fox, el charlestón y el jazz como ritmos antecesores en los 40 y 50. Aquellos Días es un programa que nació con la fundación de la emisora Univalle Estéreo en 1996, y su gestor fue el profesor Mario Mancera quien lo dirigió aproximadamente por 2 años. Por unos meses el programa estuvo fuera del aire y regresó bajo la dirección del periodista Wildeman Muriel por muy breve tiempo, y

desde Octubre 30 de 1999 está bajo la programación, dirección y presentación del licenciado David Zabala Núñez. Bajo la Dirección de David Zabala.

- **Sonido Urbano.** Un espacio para construir la mejor programación de música salsa, jazz latino y música cubana de todos los tiempos, en un solo espacio radial. El propósito central de Sonido Urbano es construir una programación musical para la cultura del melómano, bajo un concepto y realización radial estimulante, la cual manifieste el entusiasmo y la convocatoria ofertada por este tipo de música popular. Con nuestra programación recorreremos territorialidades -desde el continente americano hacia todo el mundo, mediante conexiones simbólicas-, consideramos distintas temporalidades -el siglo XX y el nuevo milenio-, así como diversas e históricas sonoridades -convencionales y reelaboradas- presentes en la música del Caribe urbano. Sonido urbano bajo la producción de Roberto Carlos Luján.
- **Deep Rumba.** Espacio que trae lo mejor de la música afro cubana de todos los tiempos, los domingos de 4 a 6 de la tarde. Presenta Richard Jory.
- **Bolero y Algo Más.** Quizá, el mejor el mejor reflejo de un sentimiento es un Bolero; o tal vez la mayor mentira piadosa sea se letra. Son pocos los hombres y mujeres que se resistan a la seducción del Bolero que como forma de expresión Lírica y corporal que induce a la atracción de la pareja. Esa relación amorosa se recrea en la letra e instrumentación de una composición que invite a recordar, olvidar o sentir ardor interior por un amor que se fue o llegó, aleteando como un picaflor antes de tocar la puerta del corazón y la razón. Entonces, todo está dicho: El Bolero se resiste a morir porque es el único idioma en que se entienden dos; desde el abrazo disimulado al bailarlo. Con un estilo de radio participativa y criterio, nació Bolero y Algo Más. Bajo la óptica de una dinámica permanente, los actuales conductores hacen énfasis en la producción colombiana y especialmente la vallecaucana hasta en el Algo Más. La presencia y actuación en los espacios de tríos, dúos y solista locales ha ayudado a reforzar la esencia y concepción inicial. Además, la permanente investigación de las grabaciones y biografías de los cantantes autores nacionales, olvidados por la ingratitud de otros medios, hoy son parte vital de cada programa. Bolero y Algo Más se emite los domingos de 7:00 a 9:00 p.m., realizado por Orlando Montenegro Rolon, Lombardo Gil Carvajal, Juan Gómez Paz y Nelson Antonio Royero.
- **Tiempo de Tango.** Es un programa que busca la difusión de la música del Río de La Plata en nuestro medio. El radio oyente puede conocer todo lo referente a cada

tema con los datos completos y coleccionables. Hay un deseo de dar a conocer discos de difícil adquisición. Tiempo de Tango se emite los domingos de 9:00 a 10:00 p.m., bajo la Dirección y Programación de Ásbel Quintero Moncada.

- **Cuerdas de Acero.** Es el programa especializado de rock duro más importante de Cali y el sur-occidente colombiano. El objetivo principal de CUERDAS DE ACERO Radio es seguir avivando la llama del rock duro en nuestra ciudad, apoyar las bandas locales y ser el principal referente informativo de las diversas actividades que se desarrollan, sobre todo en nuestra ciudad alrededor del mundillo del rock duro. También encontrarás información nacional e internacional. El rock duro en todas sus expresiones, Hard, Glam, Heavy, Speed, Power, Sinfónico, Thrash, Death, Black, Dark, Gótico, Doom, Viking, HC y demás, tienen un importante espacio aquí en CUERDAS DE ACERO Radio. También encontrarás información de las bandas nacionales y de las más importantes del planeta, noticias, estrenos, conciertos, entrevistas, concursos, premios, boletos, clasificados y mucho más. Escucha CUERDAS DE ACERO Radio, todos los domingos a las 22:00 horas Colombia (10pm).

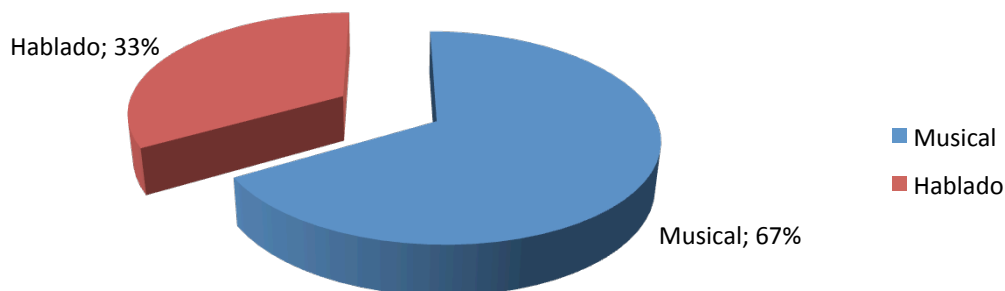
Lunes Festivos

- **Lo que Trajo el Barco.** Programa etnoeducativo y musical para la preservación de la historia musical de origen afrolatino a través del acetato discográfico. Conduce y dirige el investigador musical Henry Manyoma Gil. Los lunes festivos de 2:00 a 4:00 PM.
- **Dinosaurios del Rock.** Regresamos al pasado sin precaución: rock viejo, más viejo y requeteviejo. Nuestra especialidad: el rock y las “pepisas” de comienzos de los ’80 hacia atrás, hasta las épocas en que se empezó a gestar el rock and roll (años ’50). Sólo música del siglo XX. Contraindicación: Programa apto para menores de 35 años siempre y cuando estén en compañía de sus padres (y ojalá de sus abuelos) irresponsables. Nuestro compromiso con el oyente: No pisamos las canciones. Nunca en nuestro programa nos escucharán hablando encima de la música ni identificando la emisora sobre la melodía. Las canciones que anunciamos las dejamos sonar completas así duren 14 minutos. No importa que sean discos de colección difíciles de conseguir. La música la hicieron para ser escuchada. Dinosaurios del Rock, se emite los lunes Festivos de 6 a 8 p.m., bajo la Dirección de Fernando Prieto y la Codirección de Alonso Tejada.

- **Melómanos.** Dinamizar la capacidad histriónica del melómano natural que le gusta y disfruta escuchando y tarareando las disímiles interpretaciones de sus afectos. Con total amplitud de géneros y con la cuota permanente de la producción colombiana; se difunde el espectro multicolor universal musical que puede ir desde una Romanza, habanera, Canción, Bolero, Criolla, Danzón, Tango, Pasillo, Cumbia, Currulao, etc.... hasta la fusión o híbrido más insospechado. No existe límite ni censura alguna al momento de la selección de las composiciones a difundir. Las opiniones recibidas vía telefónica por los oyentes testimonian el agrado y aceptación a la propuesta de la que resaltan el hecho del valor que e importancia que se le da al artista y a los aires colombianos, precisamente porque la música es el lenguaje universal de la humanidad, sin fronteras ni barreras conocidas. La música, además, constituir una indeleble huella de expresión de los pueblos que queda registrada a través de los años para ser leída, estudiada y dada a conocer a las nuevas generaciones. Melómanos se emite los lunes Festivos a las 11 am, bajo la producción y realización de Orlando Enrique Montenegro Rolon.
- **Voces de América.** Es el programa que nos lleva por los confines de nuestra América, desde La Patagonia hasta Canadá a través de sus Músicas. Los géneros y aires musicales, sus compositores, intérpretes, sus historias y anécdotas. Voces de América se emite los lunes festivos de 9 a 10 de la mañana, bajo la producción y presentación de Luis Ernesto Domínguez Hincapié.
- **Musicolombia.** Espacio musical que destaca la música colombiana y andina, resaltando ritmos, compositores, Haciendo un programa de manera didáctica musical. Dirigido por el maestro Luis Carlos Ochoa. Se transmite los lunes festivos de 6:00 a 9:00 de la mañana.

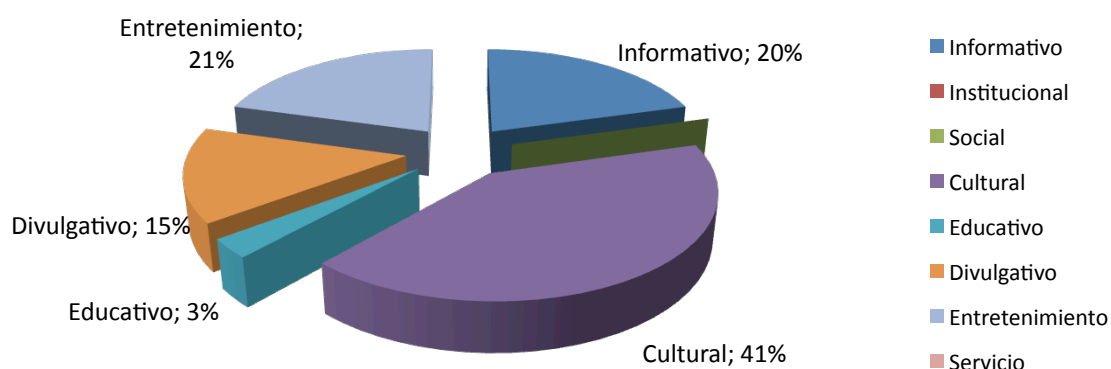
Podemos observar que el **67%** de los **programas** son de carácter musical, frente al **33% hablados**.

Tipo de Programa

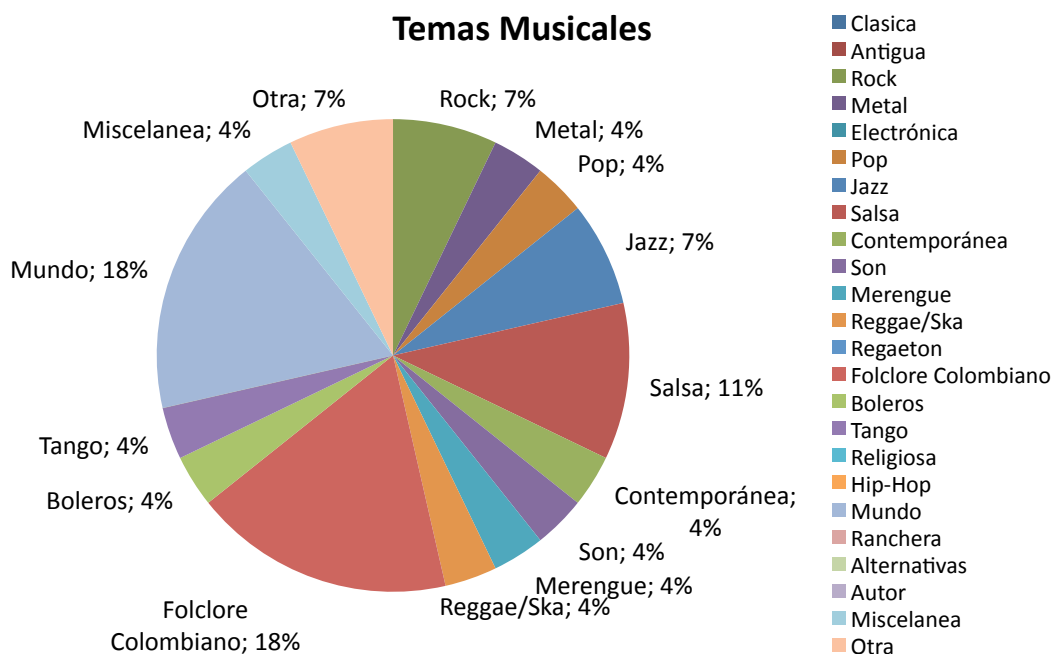


En cuanto a la finalidad de los programas, el **41%** tiene un corte **cultural**, seguido de los espacios de **entretenimiento**, con **21%**. En tercer lugar le siguen los programas de carácter **informativo**, con un **20%**. En cuarto y quinto lugar aparecen los programas **divulgativos**, con un **15%** y los **educativos**, con un **3%**.

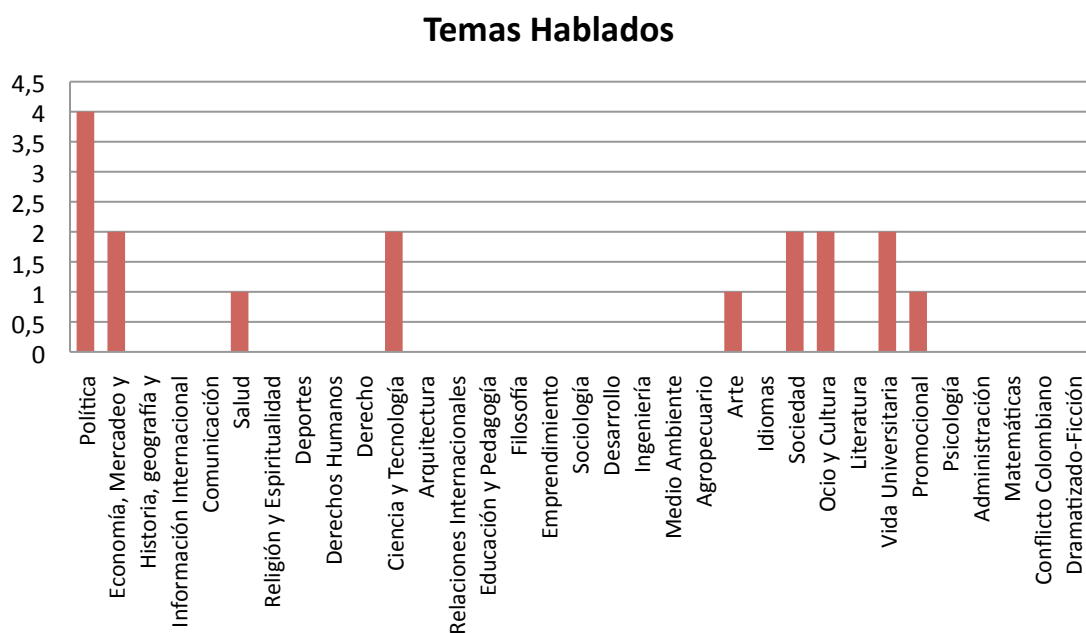
Finalidad del Programa



En cuanto a los temas musicales, podemos apreciar que existe un gran número de programas que se centran la música colombiana y músicas del mundo, en especial ritmos cubanos y de los países del caribe. Existen programas, temáticos, de Salsa, Rock, Jazz, etc.



En cuanto a los contenidos hablados, podemos apreciar que muchos de los programas tratan temas de política. Ésta entendida en el más amplio sentido de la palabra: acontecer local y nacional, actualidad, etc. Le siguen temas sobre cultura, ciencia y tecnología, historia, sociedad y vida universitaria. También hay espacios dedicados a la salud, el arte.



9.1.25.4. Distribución

Univalle Estéreo²²⁸ cuenta con una licencia de emisión de Interés Público, y emite a través de la Frecuencia Modulada 105.3 MHz, a 10Kw de potencia, con una categoría cubrimiento Zonal B. De forma paralela retransmite su señal por Internet a través de la página web emisora.univalle.edu.co y de la aplicación Tunein.

Cuenta con perfil en redes sociales como Twitter @UnivalleST y Facebook <https://www.facebook.com/univalleestereo?ref=stream&fref=nf>

Radio Frecuencia										
Licencia		Frecuencia	Emisor	Antena	Categoría de Cubrimiento			Área geográfica de Cubrimiento	Satélite	
Interés Público		105.3 F.M.	Potencia	Altura	Zonal	Zonal Restringido	Local Restringido	Cali y Municipios Aledaños	No	
			10 KW	1410 Mts	X					
Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación		Propio	Externo	Audacious	Sí	Facebook Twitter	Tunein	Sí	-
96 Kbps	MP3		X	X						
32 Kbps	ACC									

9.1.25.5. Difusión

Univalle Estéreo estructura la programación de una forma muy dinámica, en la que se combinan más de 15 géneros y estilos musicales diferentes, con programas de contenido hablado de corte cultural e informativo. Esto, unido a un sistema de producción relativamente joven, hace que el Público Objetivo mayoritario sean jóvenes y adultos medios, para una programación entre diario. Los fines de semana se abre más el espectro generacional.

²²⁸ Anexo A-PROT-28

9.1.26. Universidad Antonio José Camacho: Radio UNIAJC

Fechas de análisis: 11 de junio de 2013

La Universidad Antonio José Camacho (UAJC) comenzó su actividad como una Escuela Tecnológica en 1969, con los estudios de Tecnología en Electrónica, adscrito al Instituto Técnico Industrial Antonio José Camacho.

En 1980 se promulga la Ley 80, que determina que los estudios tecnológicos y las instituciones que los imparten son de Educación Superior. La Escuela de Tecnología en Electrónica está adscrita al Instituto Técnico, con lo que se crea un vacío jurídico en su situación legal. Para solventar ese aspecto, se comienza un trabajo de reformulación de la institución para crear el Instituto Tecnológico Municipal Antonio José Camacho. Con el acuerdo 029 de 21 de diciembre de 1993 se conforma oficialmente la Facultad de Tecnología en Electrónica con los siguientes programas: Tecnología en Electrónica, Tecnología en Instrumentación Industrial y Especialización Tecnología en Ingeniería de Controles. En 1996 se aprueban los programas de Administración y la Especialización Tecnológica en Ingeniería de Sistemas. En 2003 se crearían las Tecnologías en Mercadeo y en Comercio Internacional. En la actualidad cuenta con más de 25 programas académicos en Ingeniería, Tecnologías, Ciencias Empresariales y Ciencias Sociales y Humanas.

Tiene como Misión la formación integral de profesionales y de postgraduados con sentido emprendedor, comprometidos con el desarrollo regional, de alta competencia acorde con las exigencias de la comunidad científica y las necesidades del sector empresarial, mediante programas tecnológicos y universitarios, de pregrado y postgrado, en las áreas de las ingenierías, las tecnologías de la información, la administración, la salud, la educación, las ciencias básicas y humanísticas, a través de formación presencial y a distancia dentro de principios éticos, que les permita ser actores y promotores del desarrollo regional y nacional.”²²⁹

Tiene como objetivos estratégicos:

- **Posicionar** la Institución Universitaria como una organización Moderna, con calidad académica, amplia cobertura y alto compromiso social.

²²⁹ Anexo A-EST-26

- **Diversificar** la oferta académica de programas de pregrado, posgrado, educación para el trabajo y el desarrollo humano y la educación continua en diferentes modalidades, en áreas pertinentes para el desarrollo del país.
- **Fortalecer** las capacidades institucionales para desarrollar investigación de calidad y pertinencia frente a las necesidades de la región y el país.
- **Consolidar** un cuerpo profesoral de alta formación académica y competencias para la docencia, la investigación y la proyección social.
- **Modernizar** la infraestructura física y tecnológica de la Institución que garantice un adecuado servicio educativo.
- **Fortalecer** las relaciones con el entorno para integrarlo proactivamente a las actividades de la Institución.
- **Diversificar** las fuentes de financiación de la Institución buscando sostenibilidad financiera a largo plazo.
- **Modernizar** la estructura académica – administrativa y los procesos organizacionales alineados con la misión y los objetivos estratégicos
- **Promover y desarrollar** acciones que propicien la internacionalización de todas las actividades de la institución.
- **Fortalecer** la estructura organizativa y el desarrollo del talento humano para el logro de los objetivos misionales de la institución”.

9.1.26.1. Variable Empresarial y Organizativa

La UAJC es una institución establecimiento público de Educación Superior del Orden Municipal, adscrito al Municipio de Santiago de Cali, que trabaja, en un gran porcentaje, con estudiantes de estratos 1 y 2 que no han podido acceder a una universidad privada, y tampoco han superado los cortes para acceder a la Universidad del Valle (universidad pública con incidencia en programas profesionales). La UAJC se centra en formación técnica y tecnológica²³⁰.

Organizativamente,²³¹ la institución se estructura de la siguiente forma: Rectoría, Vicerrectoría Académica, Vicerrectoría Administrativa, Decanato Asociado de Investigación, Dirección de Proyección Social y Dirección de Bienestar Universitario.

²³⁰ Anexo A-ENTR-41

²³¹ Anexo A-ORG-23

La Rectoría tiene a su cargo las siguientes dependencias: Secretaría General, Dirección de Planeación Institucional, Dirección de Control Interno, Dirección de Tecnologías de la Información y la Comunicación, Oficina Jurídica, Oficina de Cooperación Internacional, Oficina de Mercadeo y Oficina de Comunicaciones. En la Oficina de Comunicaciones es en donde se encuentra adscrita la emisora. Su director es el mismo que el de Radio UAJC.

La emisora web Radio UNIAJC nacerá en 2010 como un proyecto que pretende formar e informar a la comunidad universitaria²³², sin limitar las posibilidades de salir fuera de la propia institución. Sus objetivos²³³ son:

- Informar, recrear, divertir y formar a la comunidad de la UNIAJC
- Producir programas educativos, científicos, investigativos, recreativos y culturales que permita una variada programación principalmente para la Comunidad de la UNIAJC.
- Estimular el uso adecuado de la emisora virtual, con el fin de beneficiar las actividades de docencia, investigación y extensión universitaria.
- Ser un medio efectivo de comunicación que brinde informaciones académico-administrativas a estudiantes, docentes, egresados y personal administrativo.

Aunque es una emisora web, y por lo tanto no necesita una licencia de emisión, se acoge a la definición que realiza la normativa de radio colombiana sobre el papel y alcance de las radios educativas universitarias por radio frecuencia.

Estructuralmente, Radio UNIAJC se organiza: Oficina de Comunicación, Dirección, Comité (rector, secretaria general y director oficina comunicación) Operador, Coordinadores de programas y realizadores.

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad Antonio José Camacho		Público	Local	1	No Aplica
Adscripción	Rectoría	Rector	Jairo Parneso	Unidad	Oficina de Comunicación
Director Radio	Daniel Angrino				

²³² Anexo A-COM-1

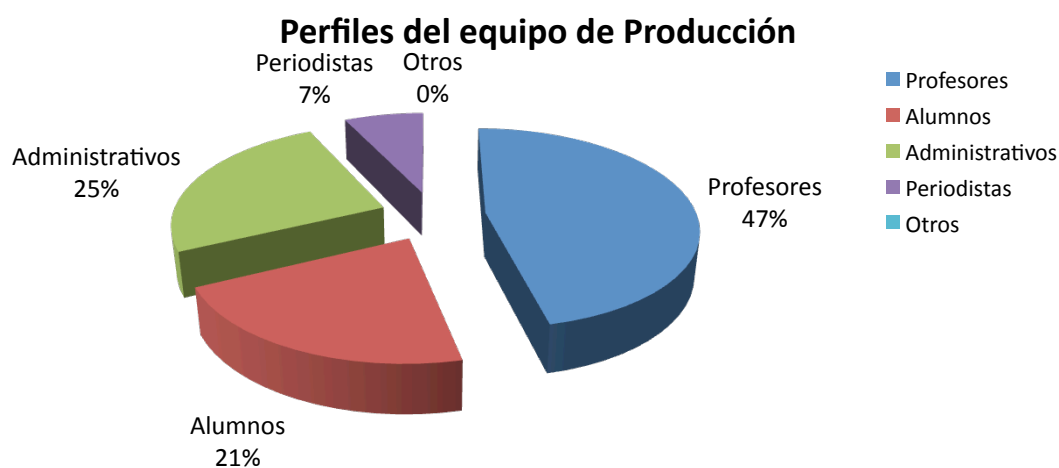
²³³ Anexo A-ENTR-40

Nombre Emisora	Radio UAJC
Presupuesto	Institucional

9.1.26.2. Productiva

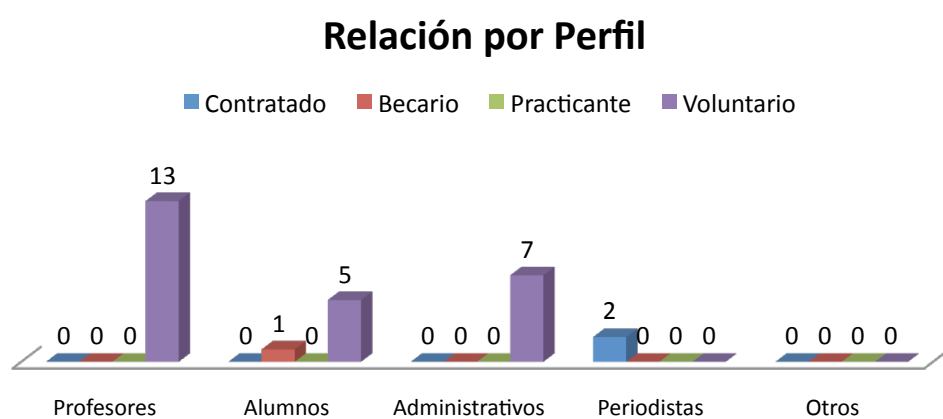
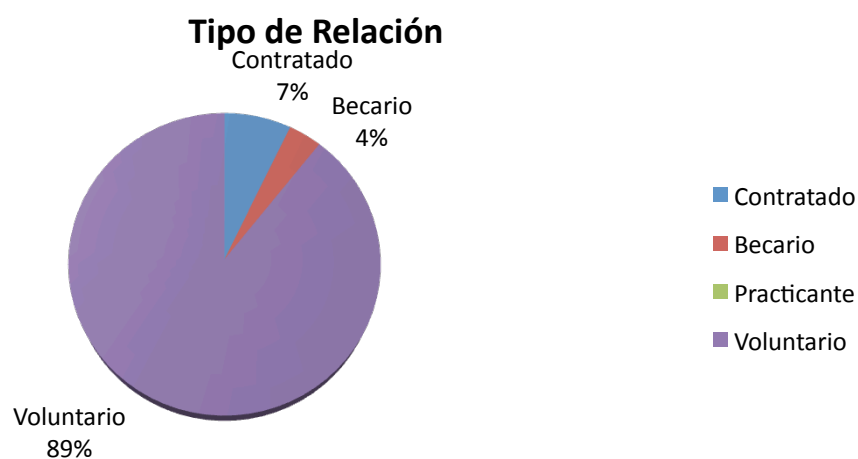
Radio UNIAJC está conformada²³⁴ por **28 integrantes**, de los cuales, el 47% son profesores, el 25% administrativos, el 21% alumnos y el 2% comunicadores.

Del total de integrantes, el **87%** tienen una relación de **voluntariado**, el **7%** son **contratados** y el **4%** **becarios**.



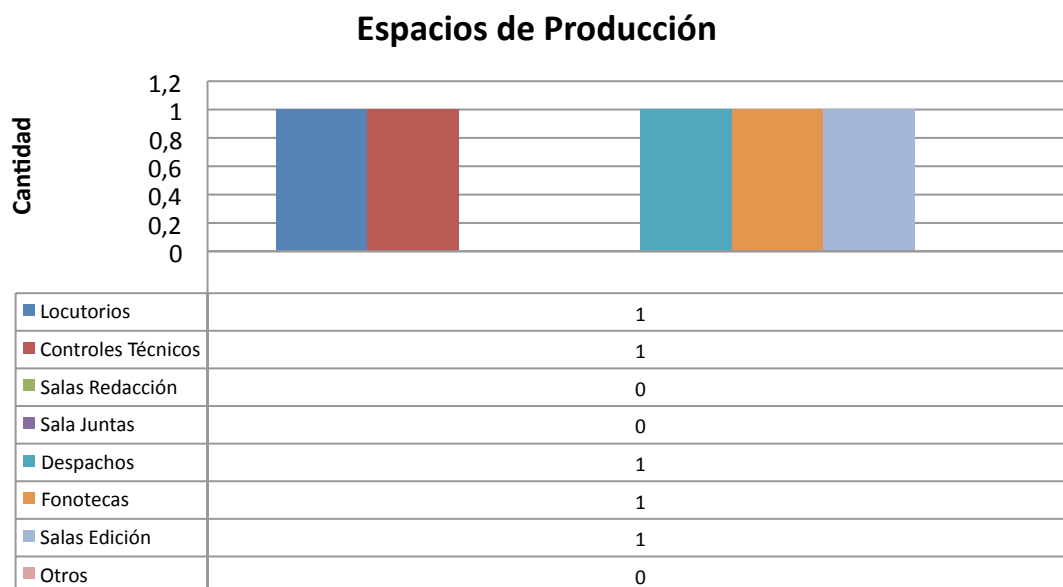
En cuanto al tipo de relación por perfil, vemos que la totalidad de los profesores son voluntarios; de los alumnos, 1 en becario y el resto son voluntarios; la totalidad de los administrativos son voluntarios y los comunicadores son contratados.

²³⁴ Anexo A-PROT-29

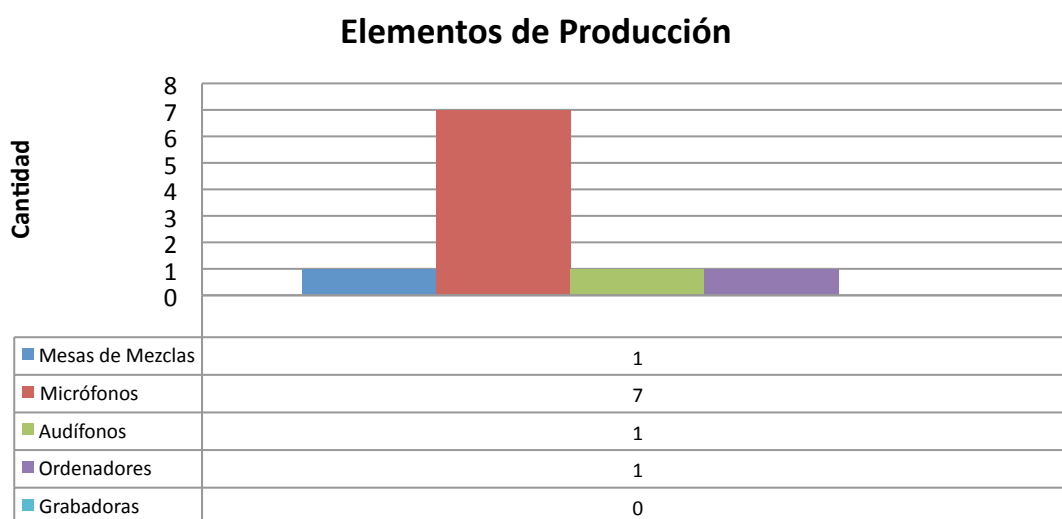


En cuanto a los espacios²³⁵ en los que se desarrollan las actividades propias de la radio virtual, vemos que en dos dependencia concentran toda la emisora.

²³⁵ Anexo A-PROT-29



En lo referentes a los elementos técnicos de producción, la radio cuenta con los siguientes componentes:



Para la edición de audio la emisora cuenta con el software gratuito Audacity. Para la gestión de contenidos sonoros, también emplea un programa libre, el Zara Radio.

9.1.26.3. Programación y Contenidos

La programación de Radio UNIAJC está concebida mediante una estructura en franjas de contenidos universitarios con franjas musicales. Los programas se emiten, de lunes a

sábado entre las 8 y las 11 de la mañana y las 2 y las 3 de la tarde. El resto de espacios, al igual que los fines de semana, es una lista de reproducción de música variada²³⁶.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Sí	Sí	Sí	Sí	Anual	Sí	-

Los programas de Radio UNIAJC son:

- **Herencia Variopinta (lunes de 8 a 10 horas).** Espacio musical que exalta el Bambuco, Pasillo, Cumbia, Mapalé y el Porro. Los géneros musicales más representativos de todas las categorías de música folclórica colombiana.
- **Rectoría al día. (lunes de 10 a 10:30).** Programa sobre noticias de la UNIAJC y el Ministerio de Educación acompañando de informes, invitados y música especializada.
- **Magacín en la Zona (lunes de 10:30 a 11 horas).** Magazín informativo que trata temas actuales relacionados con la educación, la salud y la sexualidad con un enfoque social y cultural teniendo en cuenta lo que sucede en la ciudad y en la región.
- **Rincón de las palabras (lunes de 11 a 11:30).** Programa dedicado a revivir la poesía, el hábito de la lectura, recordando a renombrados poetas del mundo y sus obras más significativas, también es un espacio para el cine, donde se contará la historia de algunas películas y directores de cine alternativo, dando la oportunidad para conocer otra culturas y forma de pensar, la agenda cultural de la región hace parte de este espacio dedicado meramente a la cultura, el arte y al debate.
- **El hilar Vibrante (martes de 8 a 10 horas).** La música del altiplano andino gozó de fama mundial en los años 60 y 70 gracias al movimiento de cantautores de protesta, tales como los chilenos Víctor Jara, Quilapayún o Inti-Illimani, popularizándose en la escena folk mundial. Una gama muy vasta de géneros musicales originados en los Andes sudamericanos, aproximadamente en el área dominada por los incas previos al contacto europeo. Esta área incluye el occidente de Bolivia, norte de Chile, norte de Argentina, sierras de Ecuador, suroeste de Colombia, y la región andina del Perú.

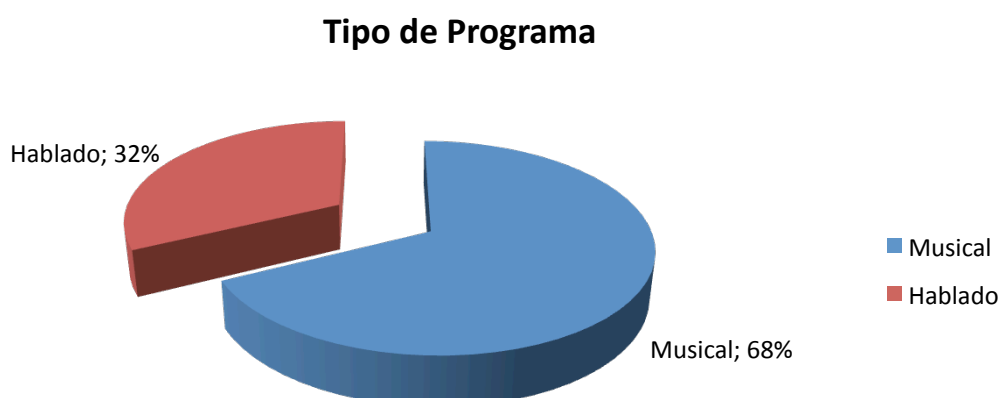
²³⁶ Anexo A-PROG-23

- **Sapiencia (martes de 10 a 10:30).** *Una mirada a la investigación*, es un programa perteneciente a la Decanatura Asociada de Investigaciones, que tiene la finalidad de tocar temas relacionados con la investigación científica en pro de divulgar el conocimiento científico con un lenguaje apropiado para un público no especializado.
- **Hablemos de Negocios (martes de 10:30 a 11).** magazín de opinión, el cual tendrá como componente principal información de interés sobre la Facultad de Ciencias Empresariales y la comunidad universitaria; alternando con información de la región, nación y el mundo; en el ámbito académico, político, social, cultural, financiero, económico, deportivo y de entretenimiento. Asimismo, el dinamismo de este programa lo dan las diferentes secciones, entrevistas y música.
- **Pedagogía al Día (martes de 14 a 14:30).** Magazín cultural y educativo, que ofrece a los oyentes, un espacio para reflexionar, conversar y debatir acerca de temas relacionados con la pedagogía, la didáctica, las artes, la cultura y la educación de nuestra región en general. Además será un espacio para divulgar a la comunidad en general, diferentes procesos que se realizan al interior de la Facultad de Educación a Distancia y Virtual, en el área de educación.
- **Guitarra y Playa (miércoles de 8 a 10 horas).** Surgió a finales de los años cincuenta gracias a jóvenes cantores y compositores de clase media de la zona sur de Río de Janeiro. Con el pasar de los años, se convirtió en uno de los movimientos más influyentes de la historia de la música popular brasileña llegando a alcanzar proyección mundial. La bossa nova basándose en una instrumentación simple y un elegante manejo de las disonancias, desarrolló un lenguaje propio con un íntimo lirismo.
- **Tecno Uniradio (miércoles de 10 a 10:30).** Un programa enfocado en la difusión de la actualidad tecnológica, eventos, avances y proyectos importantes de la Facultad de Ingenierías de laUNIAJC, así como proyectos conjuntos con otras universidades de la región.
- **Class RoomC2 (miércoles de 10:30 a 11).** Es un magazín, que tendrá como finalidad promover y publicitar la lengua inglesa a toda la comunidad camachista, de la ciudad, la región, la nación y el mundo. Del mismo modo, se incluirán temas de interés como música, avances tecnológicos, entrevistas y más.

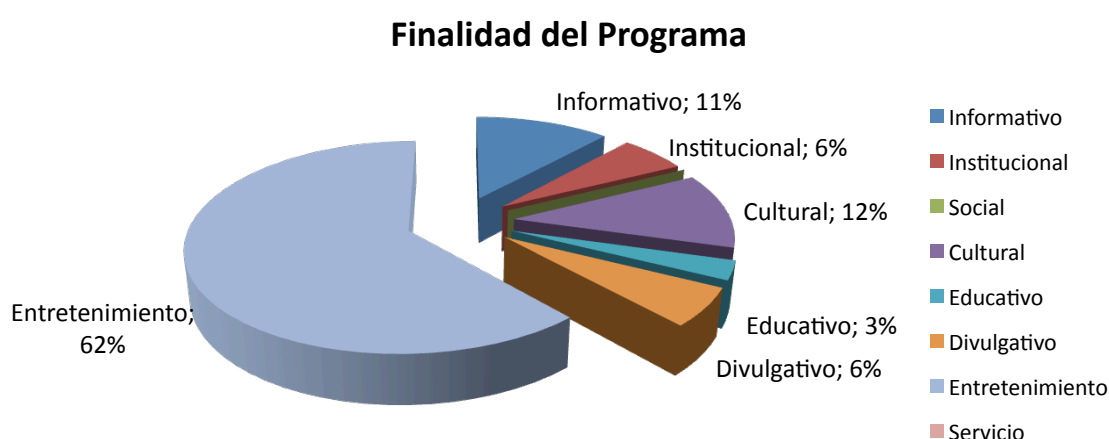
- **Saxophonía (jueves de 8 a 10 horas).** Ha pasado de ser una simple música de baile popular a una compleja forma de arte reconocida y celebrada en todo el mundo. Paralelamente a dicho progreso, han cambiado también las actitudes hacia esta música. No puede ser aislada ni delimitada con facilidad, el jazz una variedad de sonidos y etnias.
- **Coti (jueves de 10 a 10:30).** Divulgación de actividades relacionadas con el proceso de investigación, desarrollo tecnología e innovación a nivel institucional , local , regional y nacional , además de información de semilleros y grupos de investigación de UNIAJC y a nivel local.
- **Zona E (jueves de 14 a 14:30).** Programa dedicado a la innovación, al emprendimiento, donde se traen invitados de la región, expertos en el tema, se utiliza como canal de información, para aquellos interesados en los temas de emprendimiento, se habla de la historia de los grandes emprendedores del mundo y de las oportunidades que existen en Colombia para ser un emprendedor.
- **Aires de arrecife (viernes de 8 a 10 horas).** La calidez de los sonidos generados en la isla de Jamaica, están de regreso en una franja de música dedicada al reggae para recordar y vivir.
- **Mirada U (viernes de 10 a 10:30).** Magacín informativo, el cual tendrá como componente principal la información general de la UNIAJC , alternado con información de la ciudad, la región, la nación y el mundo; en el ámbito académico, político, cultural y económico.
- **Salsa Timba y Sabor (viernes 10:30 a 11).** Espacio de musical con lo mejor de la salsa, el guaguanco y la timba para gozar y disfrutar de las buenas melodías , además dando a conocer también el apogeo de estos ritmos en la sociedad caleña
- **Tiempo Libre (viernes de 14 a 14:30).** Magacín dedicado a informar a los estudiantes de las actividades de la sede sur y norte de la institución universitaria Antonio José Camacho, la agenda cultural de la región y a algunos temas de interés para los jóvenes de la región y la institución.
- **Melodía Sincopada (sábado de 8 a 10 horas).** Para los amantes de los ritmos de cuba, en los tiempos de las grandes orquestas, quedan invitados a disfrutar de este recuerdo musical. El cual le dio la vuelta al mundo y hoy lo recordamos, en melodía sincopada de Radio UNIAJC.

- **Reggaeton con Responsabilidad (sábado de 10 a 10:30).** Programa de música urbana que busca documentar, culturizar e instruir a los jóvenes de nuestra institución, dándoles a conocer el origen de la música urbana, en especial el reggaeton: sus raíces, su evolución y principales exponentes. Con R.c.r Queremos Resaltar la parte positiva de la música urbana y rechazar esa parte obscena.

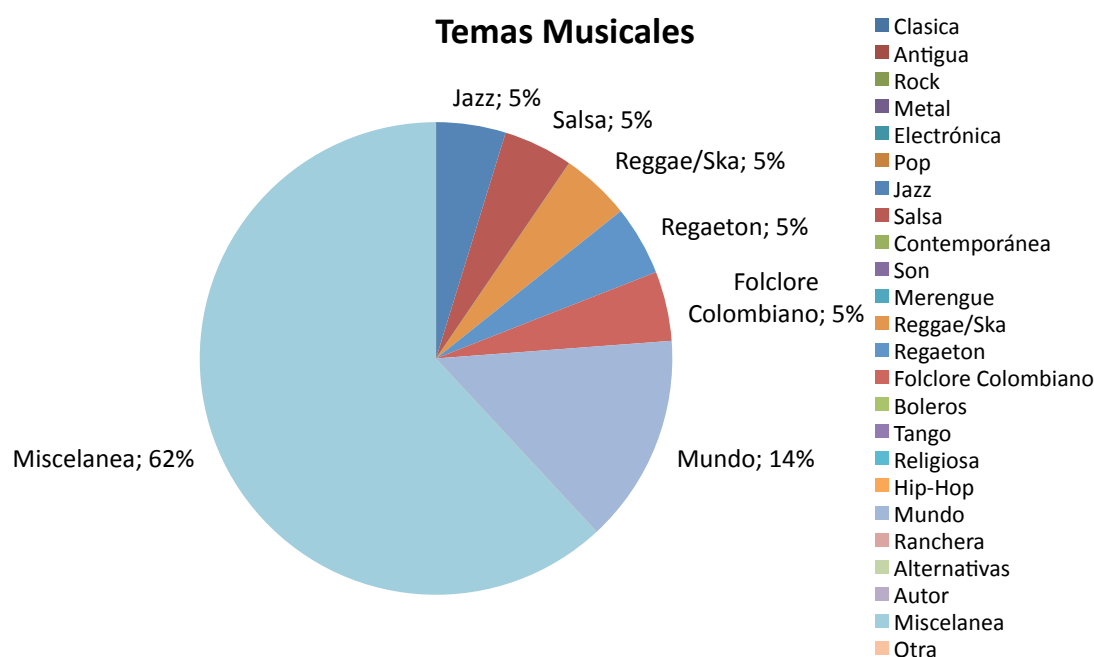
El 68% de los espacios programáticos están dedicados a la música, frente a un 32% de contenidos hablados.



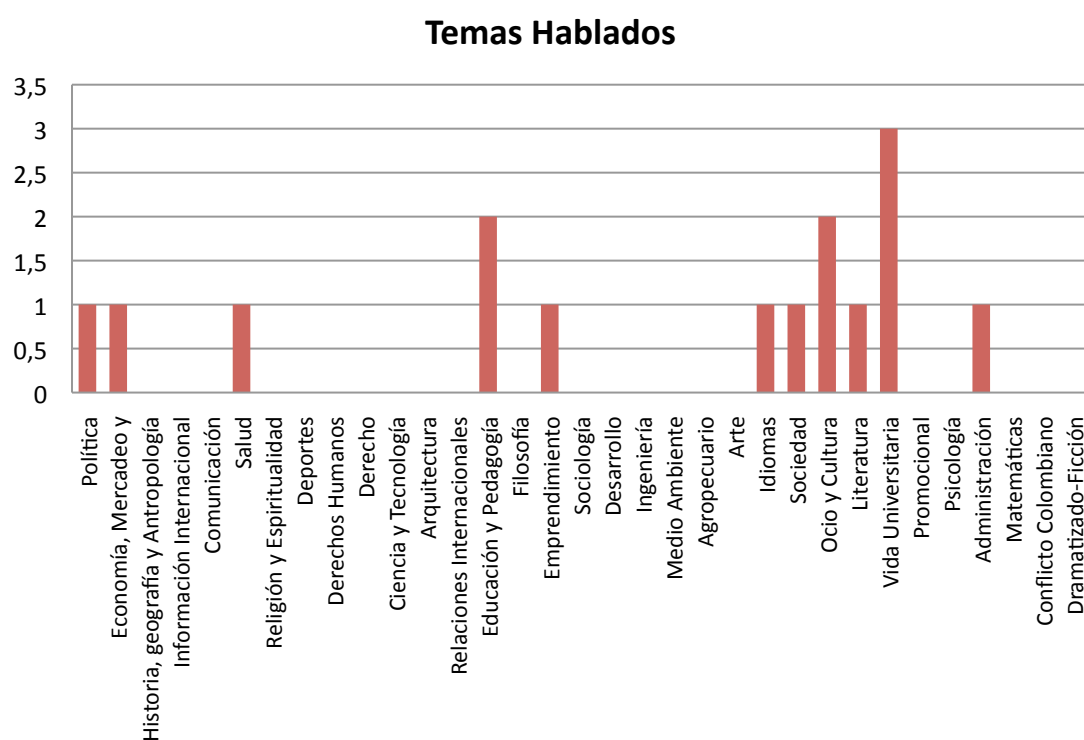
De los programas producidos por Radio UNIAJC, el **62%** de los espacios de la programación son de **entretenimiento**; el **12%** culturales, el **11%** informativos, **divulgativos** e **institucionales**, un **6%** cada uno; y **educativo** un **3%**.



En cuanto a los temas musicales, el mayor espacio está dedicado a las franjas musicales que se encuentran entre los diferentes bloques de programas: 62%. Le sigue Músicas del Mundo, con un 14%; y con un 5% cada una: Folclore colombiano, Salsa, Jazz, Reggae y Reggaeton.



En cuanto a los temas hablamos, los más habituales tienen que ver con Vida Universitaria. Podemos entender que sea así, pues uno de los objetivos que busca la emisora es convertirse en la herramienta de comunicación entre la institución y la comunidad universitaria. Le siguen temas de ocio y cultura, pedagogía y educación. Política, economía, emprendimiento, administración e idiomas.



9.1.26.4. Distribución

Radio UNIAJC²³⁷ es una emisora que emite por Internet a través de la página web <http://www.uniajc.edu.co/radio/> a un bitrate de 128 Kbps. Tiene servicio de Podcast a través de la plataforma Ivoox <http://radiouniajc.ivoox.com>. Cuenta con perfil en las redes sociales Facebook <https://www.facebook.com/RadioUNIAJC> y Twitter @RadioUNIAJC

Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación	Livestream for Producers - Windows	Propio	Externo	-	Sí	Facebook Twitter	Tunein	Sí	Si
128	MP3			X						

9.1.26.5. Difusión

Teniendo en cuenta los objetivos de la universidad, donde se busca una herramienta informativa y de identidad institucional; a partir de los contenidos y su estructura programática; y según su sistema productivo y de distribución, podemos decir que el Público Objetivo principal de La Radio UNIAJC es la propia comunidad universitaria: docentes, alumnos y personal de administración y servicios.

9.2. Región Caribe

9.2.1. Universidad del Norte: Radio Norte

Fecha de análisis: 3 de diciembre de 2013

La Universidad del Norte es una institución de carácter privado de educación superior fundada en 1966. Esta universidad surge del impulso de la clase empresarial de la ciudad de Barranquilla, con motivo del auge económico y de la necesidad de formar a una clase dirigente de la región Caribe. Sus fundadores son “un grupo de dirigentes empresarios, liderados por Karl C. Parrish, en representación de la Asociación Nacional de Industriales (Andi), la Fundación Barranquilla, hoy Fundación Mario Santo Domingo, y el Instituto Colombiano de Administración (Incolda).”²³⁸

²³⁷ Anexo A-PROT-29

²³⁸ <http://www.uninorte.edu.co/web/sobre-nosotros/nuestra-historia> Fecha de consulta 1/12/2013

El primer programa académico con el que comenzará a funcionar la universidad sería Administración de Empresas e Ingeniería. Trece años después de su inauguración, la universidad estrenaría nuevo campus gracias al aporte económico de múltiples empresas.

En 1980 se fundaría la División de Ciencias de la Salud, que contaría con los programas de Medicina y de Enfermería; el programa de Educación Preescolar; el Centro de Investigaciones de la Universidad del Norte. El Ministerio aprobaría el programa de Psicología y de Educación Preescolar.

Hoy la universidad cuenta con las divisiones de Arquitectura, Urbanismo y Diseño, Ciencias Básicas, Ciencias de la Salud, Derecho, Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Escuela de Negocios, Humanidades y Ciencias Sociales, Ingeniería, Música y el Instituto de Estudios de Educación, en las que se imparten programas de pregrado, especialización, maestría y doctorado.

La Universidad del Norte pretende “formar a sus estudiantes como personas pensantes, analíticas y de sólidos principios éticos, que conciban ideas innovadoras a fin de que participen de manera activa, emprendedora, responsable, honesta, crítica y pragmática en el proceso de desarrollo social, económico, político y cultural de la comunidad (...) La institución “está comprometida desde sus orígenes, en el presente y hacia el futuro, con todas las dimensiones del desarrollo social, económico, político, ambiental y cultural, con responsabilidad social, manteniéndose en su lugar propio de inserción en la sociedad, que es el académico”²³⁹.

La Universidad del Norte se rige por los siguientes valores²⁴⁰:

- **Compromiso con la excelencia.** Promover y garantizar altos estándares de calidad y el mejoramiento continuo en cada uno de los procesos y servicios y de quienes participan en ellos, mediante una cultura de autoevaluación y evaluación con organismos externos, que permita destacar en un entorno competitivo.
- **Fomento del liderazgo.** Fomentar el desarrollo individual y de equipo para que siendo productivos y competitivos se logren los objetivos institucionales con una visión de largo plazo.

²³⁹ <http://www.uninorte.edu.co/web/sobre-nosotros/nuestra-historia> Fecha de consulta 1/12/2013

²⁴⁰ <http://www.uninorte.edu.co/web/sobre-nosotros/valores-institucionales> Fecha de consulta 1/12/2013

- **Ejercicio de la ética e integridad institucional.** Capacidad de actuar de manera limpia y transparente, siendo honestos, justos, equitativos y responsables en el cumplimiento de las normas y reglamentos. El trabajador de Uninorte debe ser ejemplo ante la comunidad universitaria y la sociedad.
- **Sentido de pertenencia.** Comprometerse con la Institución, identificarse con ella y alinear los intereses personales con las necesidades y prioridades de la Institución. Implica valorarla y ser propositivos para su desarrollo.
- **Aprecio por la verdad.** Para la institución implica la búsqueda de la verdad mediante el desarrollo de la investigación, la generación de nuevos conocimientos como parte del proceso de enseñanza – aprendizaje.
- **Práctica de la responsabilidad social.** Ser y actuar de manera responsable socialmente, promoviendo proyectos de impacto social y demostrando desde el quehacer individual un gran compromiso con el progreso de la Región y el país.
- **Respeto por la autonomía universitaria.** Capacidad libre de una Institución Universitaria para definir sus estatutos o reglamentos los cuales deben ser respetados por toda la comunidad educativa.

9.2.1.1. Variable Empresarial y Organizativa

La universidad se estructura organizativamente²⁴¹ de la siguiente manera: Consejo Directivo, Rectoría, Vicerrectoría Académica, Vicerrectoría Administrativa y Financiera, Dirección de Investigación, Desarrollo e Innovación y **Dirección de Extensión**. De esta última dirección dependerá la radio.

Emisora Uninorte FM Estéreo emite por la Frecuencia Modulada 103.1 MHZ y tiene una licencia de emisión Comercial²⁴².

Estructuralmente, la radio se organiza de la siguiente forma: **Dirección, Jefe de Grabación** y a su cargo radioperador; **Jefe de programación** y a su cargo Asistente de Programación y Fonotecario; **Realizadora-Periodista y Community Manager**. De forma externa, dependientes de la dirección, se encuentran los realizadores y locutores externos

²⁴¹ Anexo A-ORG-25A y B

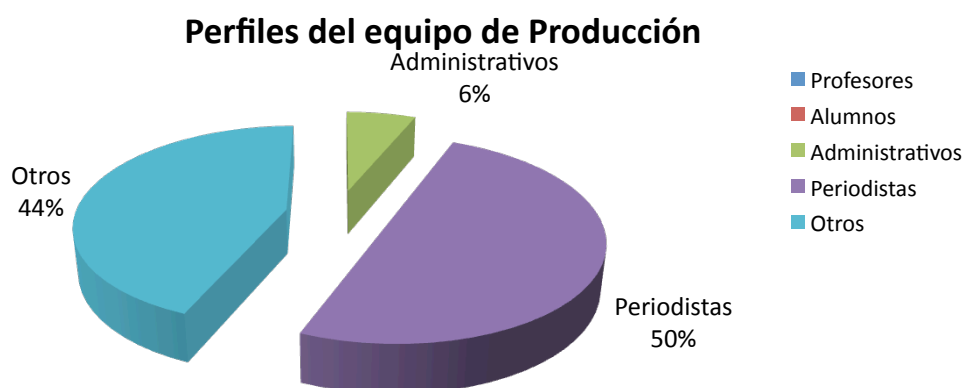
²⁴² Durante el trabajo de campo se entrevistó a Vilma Gutiérrez, directora de la emisora, pero al mes finalizó su relación con la emisora por jubilación. En su lugar se nombró directora a Giselle Massard, que venía realizando las labores de periodista en la emisora. Este hecho ha provocado que no se tengan ciertos datos por reconfiguración de la emisora.

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad del Norte		Público	Local	1	No Aplica
Adscripción	Extensión	Rector	Jesús Ferro Bayona	Unidad	-
Director Radio	Vilma Gutiérrez / Cambio de dirección por jubilación. Actual Giselle Massard				
Nombre Emisora	Emisora Uninorte FM Estérero				
Presupuesto	Mixto: Institucional y Propio (Auspicios, patrocinios y proyectos)				

9.2.1.2. Productiva

La emisora está conformada²⁴³ por **16 integrantes**, de los cuales el **50%** son **comunicadores** o profesionales afines, el **6% administrativos** y el **44% realizadores externos**.

En cuanto a su relación con la emisora, el **100%** de los integrantes recibe **contraprestación económica** por su trabajo. En planta están la dirección, los jefes de grabación y programación, el radio operador, el asistente de programación, el fonotecario, la realizadora y la secretaria administrativa. Los realizadores externos recibe una contraprestación por servicio.



9.2.1.3. Programación y Contenidos

²⁴³ Anexo A-PROT-29

La programación se estructura de lunes a viernes y de sábado a domingo²⁴⁴. Entre semana maneja una programación por franjas semanales y los fines de semana programas temáticos. La programación no se define a través de un comité de programación, sino a través de la dirección de la emisora, con el visto bueno de rectoría. La parrilla no tiene una periodicidad establecida²⁴⁵.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Sí	Sí	No	Sí	Fija	Sí	Sí

Los programas de la Emisora Uninorte FM Estéreo son:

- **Razones Para La Música.** Este programa, realizado por Sara Cecilia Neuman, está dirigido a los amantes del divino arte, que expone de manera ilustrativa y amena los múltiples motivos que han servido de inspiración a los grandes compositores.
- **Música Para La Escena.** En este programa, en el que se destacan la ópera, la opereta, el ballet, la zarzuela, el mimodrama, etc., tienen cabida las obras más selectas del repertorio con los intérpretes más notables del género.
- **Jazz Vespertino.** Desde las primeras grabaciones de Dixieland hasta las más recientes de las generaciones jóvenes, todas las manifestaciones del jazz se escuchan en este programa, realizado por Jaime Fernández Lozano, dedicado a la que ha sido considerada unánimemente como la más importante contribución de los Estados Unidos de América a la cultura universal.
- **Jazz En Clave Caribe.** El Encuentro Del Jazz Y Los Ritmos Afrocubanos Ha Dado como resultado el jazz afrocubano, que con el tiempo se ha reconocido universalmente como jazz latino. Una alternativa sonora para los músicos salseros de ayer que encuentran un espacio para desarrollar sus ideas, experimentando con todo tipo de expresiones musicales latinoamericanas.
- **Concierto Caribe.** Son, guaracha, salsa, bomba, guaguancó, bolero, chachachá, calypso, cumbia, porro, merecumbé... Toda la gama rítmica del Caribe encuentra su momento en este programa realizado por Rafael Bassi Labarrera, que incluye

²⁴⁴ Anexo A-PROG-31

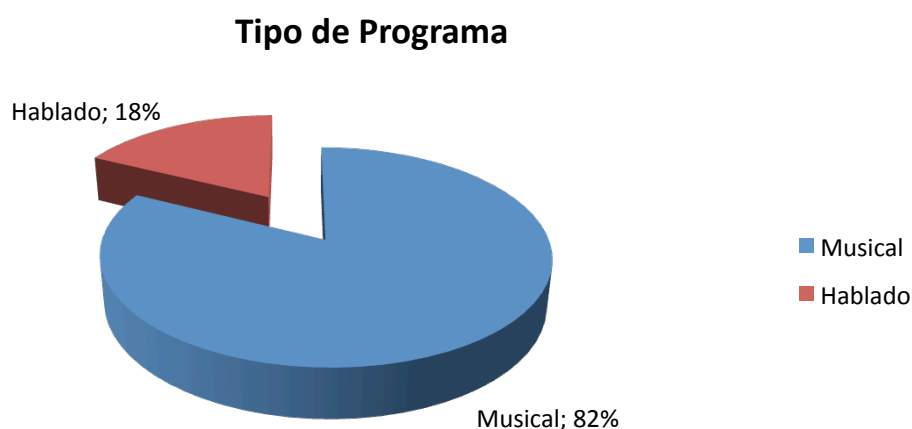
²⁴⁵ Anexo A-ENTR-40

comentarios socio-históricos, anécdotas y el pensamiento de sus más connotados representantes.

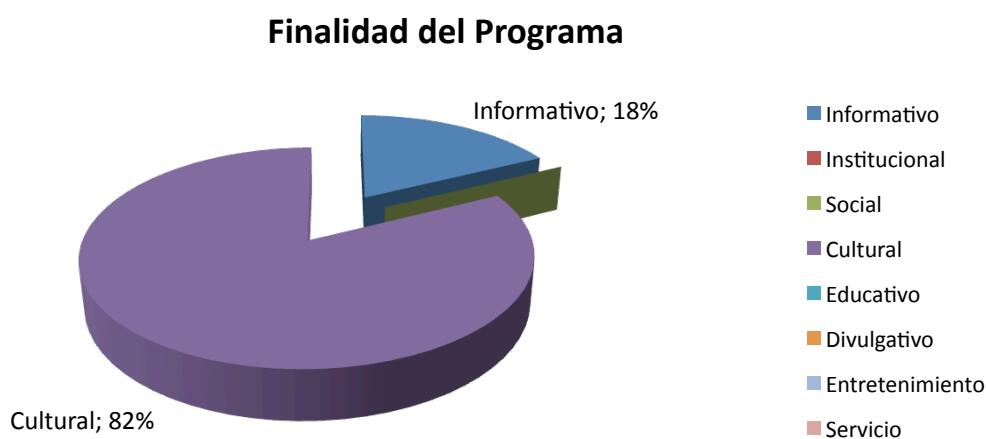
- **Noticias Culturales.** Noticiero de Uninorte FM estéreo, en el que se entrega información a la comunidad sobre las actividades culturales de la ciudad, la región caribe y el mundo, como también actividades académicas, científicas y culturales de nuestra universidad, con noticias, comentarios, crónicas y entrevistas.
- **Vámonos De Fiesta.** Durante dos horas seguidas, y sin interrupciones, programamos lo mejor de la salsa y la música del Caribe. Realiza Rafael Bassi Labarrera.
- **Música Popular Del Mundo.** Un espacio realizado por Giselle Massard que recoge las mejores páginas de la música popular del mundo, en la voz de quienes las han convertido en verdaderos clásicos, o en sus diferentes versiones. También se escuchan novedades contemporáneas mundiales.
- **Rock Total.** Es sólo rock and roll, pero me gusta." The Rolling Stones Nada detiene al rock and roll. Es la fuerza más vital e impredecible de la cultura popular, a la vez que la excepción a toda regla. por las buenas, el rock puede ser a un mismo tiempo diversión, buenos negocios y catarsis. A las malas, es sólo rock and roll. Es tan imprecisable como contradictorio; puede ser simultáneamente aficionado y profesional, inocente y atrevido, sutil y burdo, sincero y artificial, inteligente y estúpido. Es un estilo bastardo de lo más feliz, y nunca acepta un no por respuesta.
- **Música Popular Colombiana.** El programa Música popular colombiana, nos presenta un recorrido a través de la música popular y tradicional de nuestra tierra. La costa Atlántica, la costa Pacífica, la región Andina y los Llanos Orientales, se unen en este espacio para dar muestra de la riqueza musical y cultural que nos rodea. Bambuco, cumbia, porro, joropo, guabina, bunde, paseo y merecumbé, entre otros géneros, pintan de colores las mañanas de Uninorte F.M Estéreo.
- **Soud Track.** Encuentro semanal con los momentos sonoros del arte filmico, para revivir aquellos instantes musicales inmortales del séptimo arte. Acompáñenos en este recorrido por distintas filmografías y compositores, en los que disfrutaremos de los trabajos de Henry Mancini, Philip Glass y Nino Rota, entre muchos otros.

- **Fragmentos Musicales.** Un espacio en el que los melómanos podrán disfrutar de las obras de los grandes compositores, que conquistaron el afecto y la admiración del público hasta nuestros días, en versión de los mas connotados intérpretes.
- **Concierto de la Mañana.** Obras de música clásica con presentación.
- **Concierto de la Tarde.** Obras de música clásica con presentación.
- **Concierto de la Madrugada.** Obras de música clásica con presentación.
- **Buenos días América.** Convenio con VOA
- **Noticiero RFI.** Convenio con Radio Francia Internacional

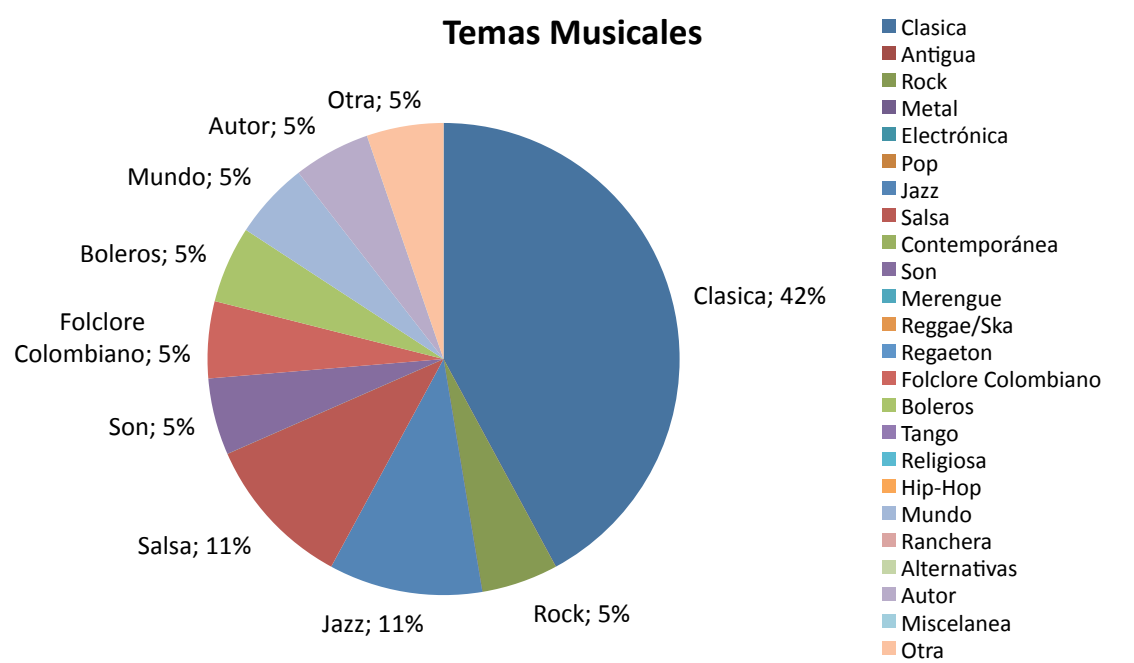
La programación está conformada por un 82% de contenidos musicales y un 18% de programas hablados.



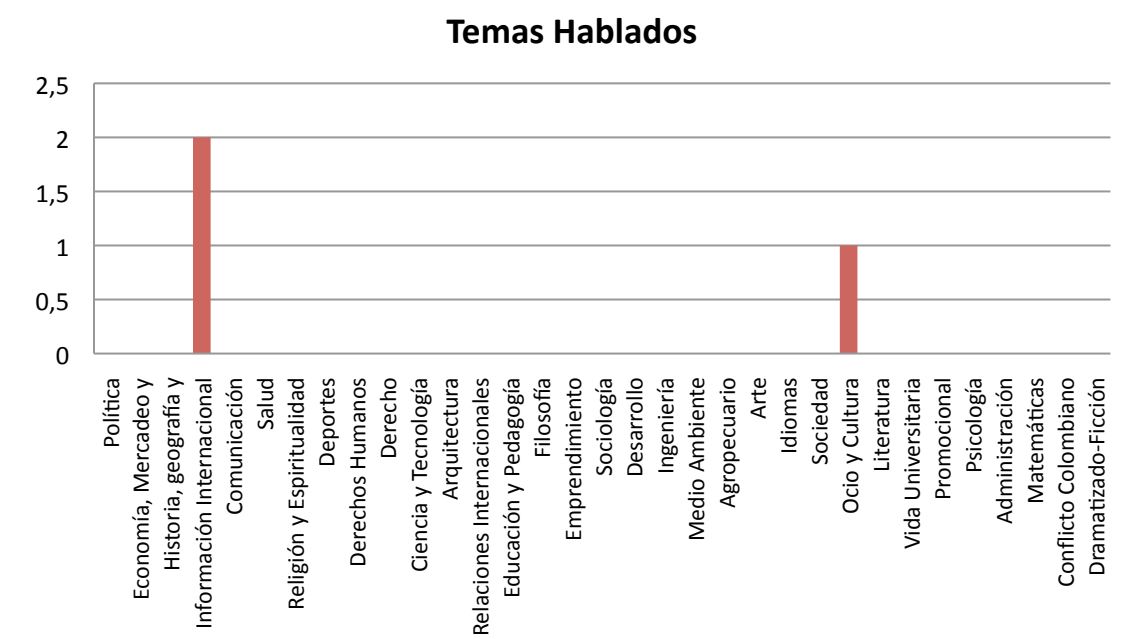
En cuanto a los objetivos de la programación, el 82% tienen una finalidad cultural y el 18% informativa.



En cuanto a los contenidos musicales, apreciamos que el 42% es música clásica. Le sigue la Salsa y el Jazz con un 11% respectivamente. Y con un 5% cada una, músicas del mundo, boleros, folclore colombiano, son, rock y música en el cine (otros).



En cuanto a los contenidos hablados, podemos ver que la información internacional es el tema con más importancia, seguido por los temas de ocio y cultura.



9.2.1.4. Distribución

Uninorte FM Estéreo emite por Frecuencia Modulada, 103.1 Mhz, mediante licencia de emisión Comercial. Su área geográfica cubre Barranquilla y municipios aledaños. De forma paralela retransmite su señal analógica a través de Internet, por medio de la página web <http://www.uninorte.edu.co/web/uninorte-fm-estereo>. También cuenta con aplicación móvil para poder escuchar la emisora en dispositivos Apple, Android, Black Berry, así como por Tunein. Cuenta con un servicio de Podcast alojado en la propia página. Dispone de perfil en las redes sociales Twitter @UninorteFM y en Facebook <https://www.facebook.com/emisora.uninorte?fref=ts>

9.2.1.5. Difusión

Uninorte FM Estéreo es una emisora cultural, de estilo clásico en el que la mayor parte de la programación es de contenido musical con estilos de música clásica (romanticismo, barroca, renacentista), ópera, música lírica, pero también se abre a músicas del mundo, Jazz, Boleros, Son, etc. Por tanto, el Público Objetivo está conformado por personas adultas y adultas mayores, con nivel cultural alto, afines a una estética clásica.

9.2.2. Universidad Autónoma del Caribe: Radio Cultural Uniautónoma

Fechas de análisis: 4 de diciembre de 2013

La Universidad Autónoma del Caribe es una institución universitaria de educación superior de carácter privado, fundada en 1966, por necesidad de formar a una población ante el creciente desarrollo industrial de Barranquilla.

Las facultades con las que iniciarán su actividad académica serán Administración de Empresas Públicas y Privadas y Ciencias Contables y Financieras. En 1970 se crearía la Facultad de Sociología. Unos años después se pondría en marcha la primera facultad de Comunicación Social y Periodismo del Caribe. En 1975 comenzaría a funcionar la Escuela de Arte y Decoración (hoy Diseño de Interiores), la Facultad de Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas, y un año después la Escuela de Diseño Textil. En 1994 comenzarían a ofertarse programas de ingeniería (Sistemas, Industrial, Electrónica y Telecomunicaciones y Mecánica), así como la Facultad de Jurisprudencia. En la actualidad la Universidad Autónoma del Caribe cuenta con seis facultades: Arquitectura, Arte y Diseño; Ciencias Administrativas, Económicas y Contables; Ciencias Sociales Y Humanas; Ingeniería; y Jurisprudencia, en las que se ofertan estudios de pregrado, especialización, maestría y educación continuada, en modalidades presenciales y virtuales.

La Universidad Autónoma del Caribe, según su misión, “es un Centro de Cultura y Ciencia que tiene el propósito de generar, validar, difundir y aplicar conocimiento en distintas áreas del saber dentro del marco de los desarrollos humanísticos, científicos y tecnológicos universales. La Universidad Autónoma del Caribe, articula la academia, la investigación y la extensión, mediante el desarrollo de procesos pedagógicos autorregulados y con enfoque internacional que contribuyen a solucionar problemas propios de la sociedad y a consolidar las comunidades científicas y tecnológicas del país. En este sentido, la Universidad proporciona a sus estudiantes Formación Integral de alta calidad, sustentada en un excelente desempeño Institucional, el enfoque sistémico holístico de la realidad y la vivencia cotidiana de los principios y valores expresados en el Proyecto Educativo Institucional (...) La Universidad Autónoma del Caribe como agente de cambio social busca contribuir a la construcción y desarrollo de la región caribe como entidad cultural y territorial; igualmente, entender y desarrollar la

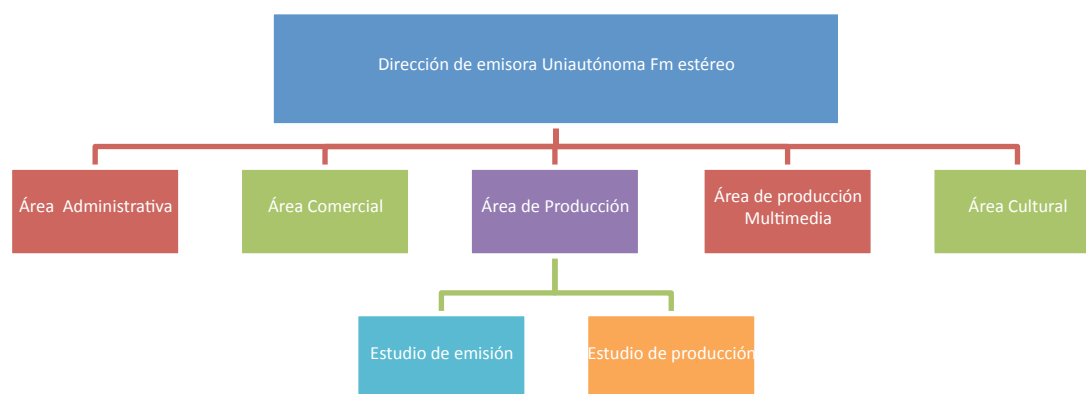
organización social desde sus procesos hasta los distintos modelos económicos, políticos y sociales que propone el conocimiento contemporáneo. Por lo anterior, la Universidad reconoce la concepción socio antropológica del ser caribe, para responder a los múltiples cambios del entorno; por tanto, sus profesionales interpretan el pensamiento y la problemática económica y social de la Región, y son capaces de trabajar mancomunadamente en procesos de conocimiento interdisciplinarios y transdisciplinarios que le permitan desenvolverse en los diferentes escenarios de su vida.”²⁴⁶.

9.2.2.1. Variable Empresarial y Organizativa

La universidad de estructura de la siguiente forma: Sala General, Consejo Directivo, Rectoría, Vicerrectoría General y Dirección Académica, Dirección Administrativa, Dirección Financiera y Dirección de Servicios Generales.

La emisora de radio, Uniautónoma FM Estéreo, depende administrativamente de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, pero tiene autonomía presupuestal y un vínculo director con la Rectoría.²⁴⁷

Organizativamente, la radio se compone de las siguientes áreas y perfiles:



El actual proyecto institucional de la universidad busca generar una nueva imagen,²⁴⁸

²⁴⁶ Anexo A-EST-28A/B

²⁴⁷ Anexo A-ENTR-44.

²⁴⁸ La exrectora está siendo investigada por asesinato y colaboración con paramilitares por una lucha de poderes en el entorno de la universidad. Más información: <http://www.semana.com/nacion/articulo/la->

pues la reputación de la entidad educativa se encuentra en crisis por caos de corrupción y vínculos paramilitares por parte de la dirección universitaria. Su eslogan es “La nueva Autónoma”.

Para eso, entre otros elementos y acciones, la universidad destituyó a la dirección de la emisora y nombró una nueva, con la que se espera contribuir a generar la nueva identidad de la institución de educación superior.

El objetivo de Uniautónoma Estéreo, con la nueva dirección, es ofrecer una radio de servicio público, en el que se asocie a la universidad con una programación atractiva, divulgativa y cultural desde lo popular, pero sin caer en lo vulgar. Una radio que acerque el sentido de las cosas desde dimensiones pedagógicas a través de los consumos y gustos de la audiencia. Una emisora donde suene música selecta y popular, como la Champeta. Un género que se presentará en contexto: la Champeta y su origen, su evolución, su implicación en la cultura urbana, etc. El lema de la emisora: **“La buena imagen de la radio”**

Sus objetivos, como medio de comunicación son:

- Expresar, promover y difundir el pensamiento y el quehacer universitario, en coherencia con los principios misionales de la Universidad Autónoma del Caribe.
- Estimular el trabajo periodístico y la producción radial de los jóvenes estudiantes de la Universidad Autónoma del Caribe.

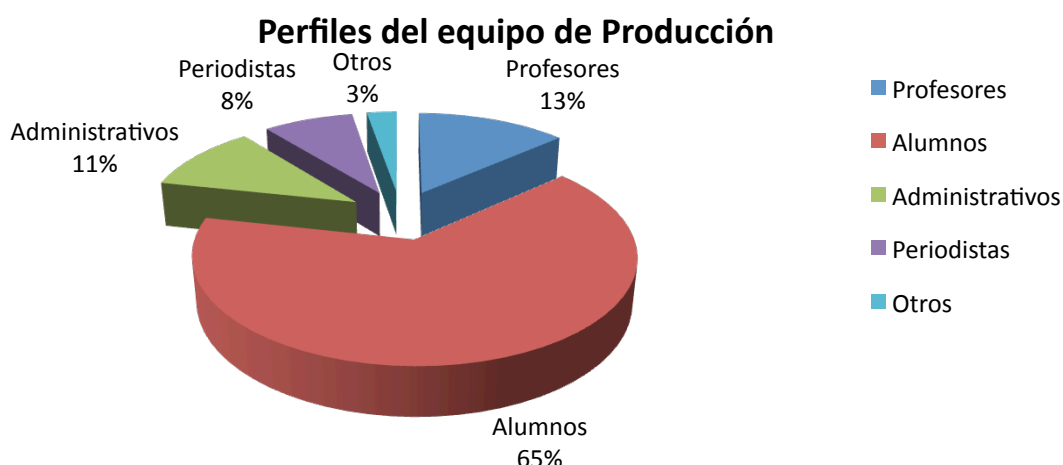
Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad Autónoma del Caribe		Público	Regional	1	Comercial
Adscripción	FacultadC. Sociales y Humanas	Rector	Ramsés Vargas Lamadrid	Unidad	Sí
Director Radio	Víctor González				

rectora-paras/253626-3, <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12591421>,
<http://www.elheraldo.co/opinion/editorial/el-caso-de-la-rectora-57676>

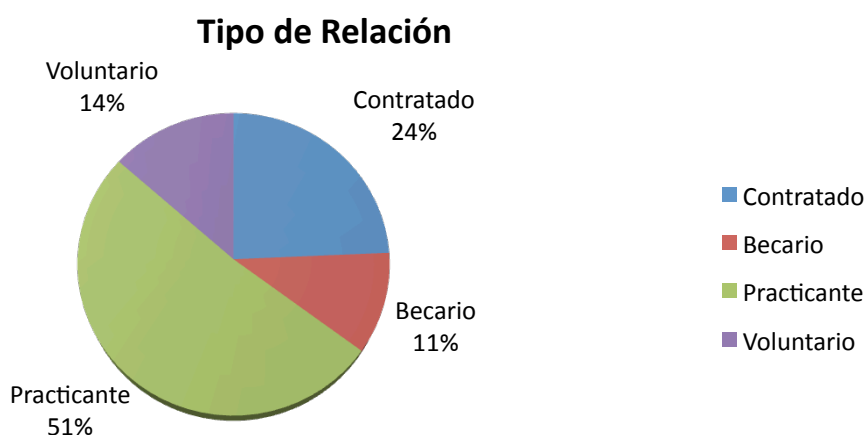
Nombre Emisora	Radio Cultural Uniautónoma
Presupuesto	Mixto: Institucional y Propio (auspicios, patrocinios)

9.2.2.2. Productiva

La emisora está en proceso de reconfiguración por la nueva dirección²⁴⁹. Pero cuenta, en el instante del análisis, con 37 personas. De las cuales, el **65 %** son **estudiantes**, el **13% profesores**, el **11% administrativos**, el **8% periodistas** y el **3% tecnólogos**.



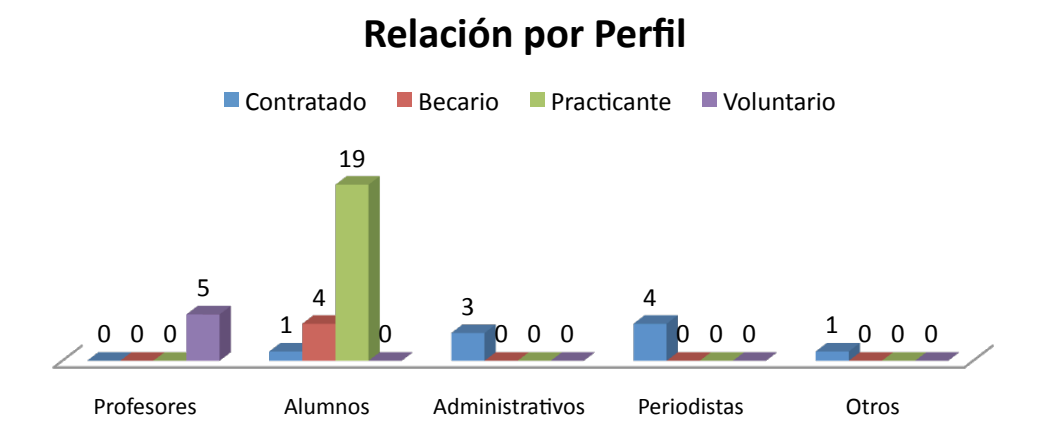
En cuanto al tipo de relación que mantienen con la emisora de radio, vemos que el **51%** son **alumnos** que realizan sus prácticas en la emisora, el **24%** es personal **contratado**, el **14% voluntarios** y el **11% becarios**.



En cuanto al tipo de relación por perfil, vemos que la totalidad de profesores que colaboran en la emisora lo hacen de forma voluntaria. De los alumnos, 1 está

²⁴⁹ En el momento del trabajo de campo, la dirección acababa de posicionarse.

contratado, 4 son becarios y 19 practicantes. De los administrativos, la totalidad tiene una relación contractual, al igual que los periodistas y el tecnólogo (otros).

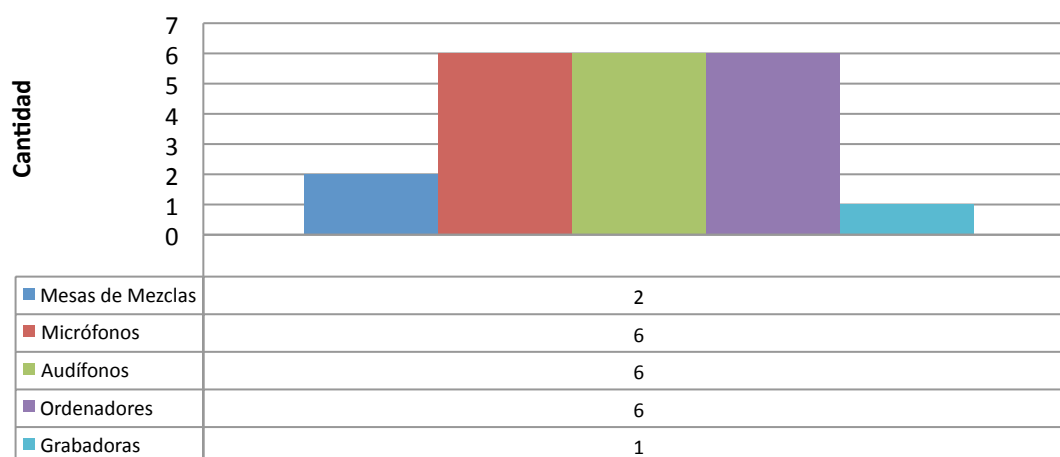


Uniautónoma FM Estéreo cuenta con una sala de control técnico, un locutorio, una sala de edición completa (locutorio y control). También tienen una sala de redacción, una de juntas y despachos. También disponen de una fonoteca.



En cuanto a los elementos técnicos de producción, cuentan con una mesa de mezclas DBD AIR ONE MIX. El software de gestión de audio que emplean es DJMix.

Elementos de Producción



9.2.2.3. Programación y Contenidos

Manejan una programación²⁵⁰ de lunes a viernes y de fin de semana. La programación entre diario se configura mediante franjas semanales con una duración de 1 hora, salvo entre las 8 y las 10, las 14 y las 16 y las 18 y 20, que son de 2 horas. De 21 a 6 horas es una misma franja musical. Por el contrario, la programación de fin de semana intercala programas temáticos con franjas musicales.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Sí	Sí	No	Sí	-	Sí	Sí

Los contenidos de la programación son:

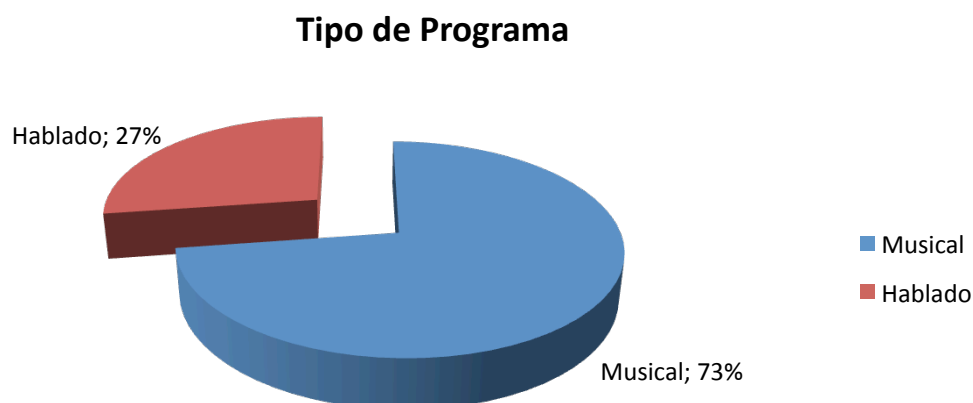
- **Directo al corazón.** Las baladas de las décadas de los años 70, 80 y 90, que tantos buenos recuerdos nos traen, llegan para volver mágicas tus mañanas.
- **Al borde del meridiano.** Magazín radial donde se combinan las noticias con el entretenimiento. Destacando la información más importante de carácter internacional con la mejor música pop y soul del mercado mundial.
- **Al ritmo de la tarde.** Jóvenes y adultos encuentran en la variedad y diversidad musical, un espacio de satisfacción y acercamiento consigo mismo y con la sociedad. La juventud tiene su espacio, para disfrutar, no solo de la música actual sino también para encontrarse con las grandes canciones, de los artistas y cantautores que han hecho historia.

²⁵⁰ Anexo A-PROG-33

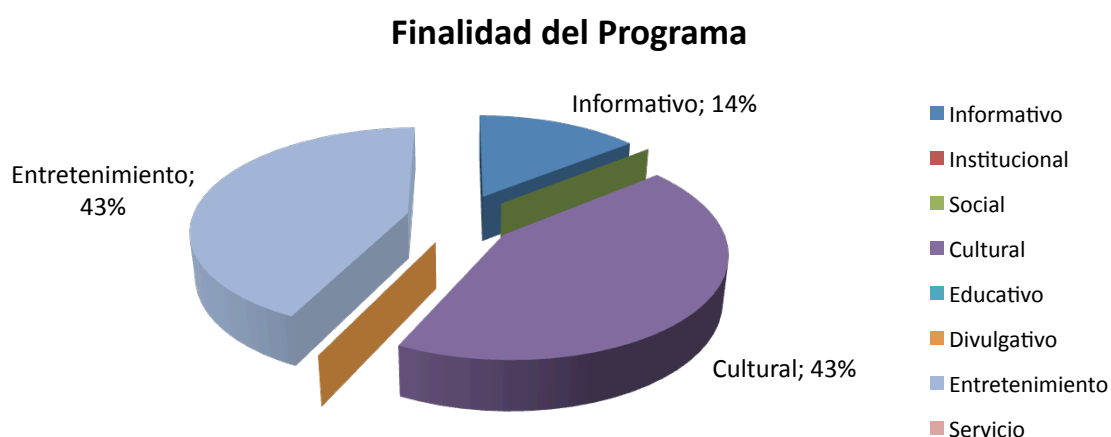
- **El señor bolero.** Las tardes en nuestra ciudad son más románticas, porque a los 94.1 llega una constelación de estrellas del bolero a iluminar tu vida. “El señor Bolero” es una cita con el género más romántico de la música.
- **Submarino Amarillo.** Cuando la tarde comienza a dar sus primeros pasos hacia la noche, llega a Barranquilla un submarino amarillo, cargado con las canciones de John, Paul, George y Ringo: Los Beatles. Una invitación para disfrutar de un rato con las grandes canciones de los chicos de Liverpool.
- **Viva la noche.** Justo cuando la noche inicia, tus oídos gozan, de la mano de Henry Jiménez, de un recorrido musical sin igual. Un lapso de tiempo que desearás que nunca acabe, donde lo mejor de la música anglo se apodera de Barranquilla.
- **Recuerdos con Marco T.** El periodista y musicólogo Marco T. Barros Ariza, regresa a nuestra emisora para presentarnos su programa, “Recuerdos con Marco T.”
- **Transmisión Uniautónoma FC.** Un equipo de profesionales de gran reconocimiento local y nacional realizan, a través de los 94.1, todo el cubrimiento periodístico del equipo de nuestra Alma Mater.
- **La vida es un bolero.** Crónicas musicales en torno al género más romántico realizadas por el profesor Jaime De La Hoz Simanca y un grupo de estudiantes del programa de Comunicación social y periodismo.
- **El invitado espacial.** Sin Información
- **Especiales Uniautónoma.** Sin Información
- **Brasil en Barranquilla.** Sin Información
- **Rumba Africana.** Sin Información
- **Frecuencia Pop.** Sin Información
- **Diálogos Universitarios.** Sin Información
- **Río y mar.** Sin Información
- **Agenda Cultural del Caribe.** Sin Información
- **Tiempo de Jazz.** Espacio musical dedicado al Jazz.
- **Afrocidades.** Sin Información
- **Antología musical de Colombia.** Sin Información
- **Bohemia.** Sin Información
- **Viaje Latinoamericano.** Sin Información
- **Los Bravos de la Salsa.** Programa musicales que recorre los éxitos de la Salsa.

- **Baladas Uniautónoma.** Espacio musical de baladas.
- **La Cubanata.** Espacio de música cubana
- **Programación Uniautónoma.** Sin Información

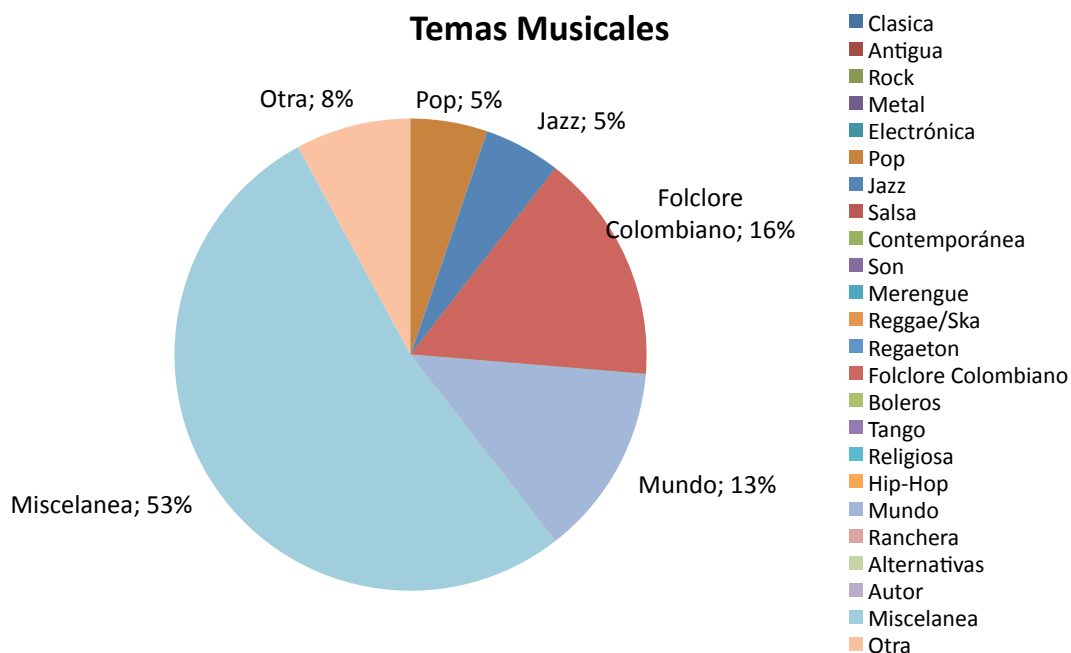
Podemos apreciar que el 73% de la programación se dedica a espacios musicales, frente el 27%, que son hablados.



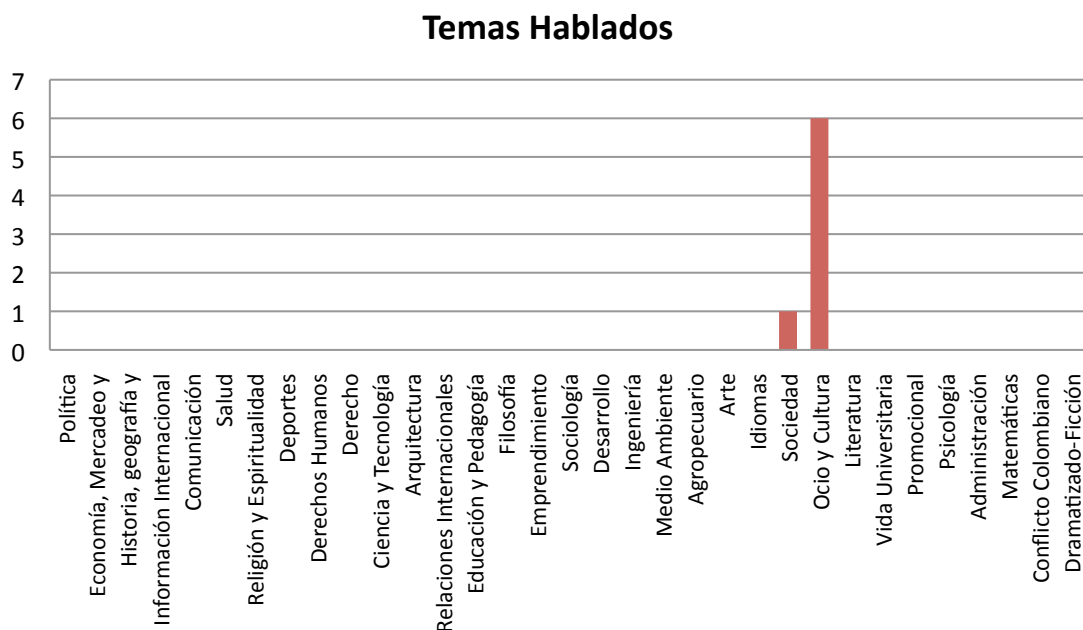
En cuanto a la finalidad de los programas, el **43%** es **cultural**, mismo porcentaje que el de **entretenimiento**. Los contenidos de carácter **informativo**, por su parte, suponen un **14%** de la programación.



Los musicales se centran en música del caribe y colombiana, en gran medida recogida en espacios tipo variedades musicales. También tiene mucha presencia el género de baladas. Hay espacio para la música anglo, pop, Jazz y Músicas del Mundo: Cuba, Brasil, África, etc.



En cuanto a los temas hablados, son espacios centrados en sociedad y cultura.



9.2.2.4. Distribución

Uniautónoma FM Estéreo cuenta con una licencia Comercial, con asignación de frecuencia 94.1 en tecnología Frecuencia Modulada, con una potencia de 10Kw y categoría de cubrimiento Zonal A. De forma paralela retransmite su señal analógica

por Internet, a través de la página web <http://uniautonomia.fm/>. Cuenta con perfil en redes sociales como Twitter @Uniautonomafm, Youtube Uniautonomia FM Estérero y Facebook <https://www.facebook.com/UniautonomiaFM?fref=ts>

Radio Frecuencia										
Licencia		Frecuencia	Emisor	Antena	Categoría de Cubrimiento			Área geográfica de Cubrimiento		Satélite
Comercial		94.1 F.M.	Potencia	Altura	Zonal	Zonal Restringido	Local Restringido	-Bogotá y Municipios Aledaños Costa Atlántica		No
			10 KW	54 Mts	X					
Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación	Adobe flash live media encoder	Propio	Externo	Windows, Mac OSX, Android, iOS /Windows Media Player, QuickTime player, jwPlayer, mobile standart player	Sí	Facebook Twitter youtube	No	Sí	No
128 Kbps	MP3			X						

9.2.2.5. Difusión

A partir de los objetivos de la universidad y de la emisora, marcado por una coyuntura en la que se requiere renovar la imagen de la institución y obtener más penetración en la población; teniendo en cuenta los sistemas de producción y distribución, así como la estructura y los contenidos de la programación, podemos definir el Público Objetivo como adulto medio, que consume oferta cultural y tienen fuerte arraigo musical caribeño y que se siente atraído por corrientes anglófonas y músicas del mundo (cubana, africana, etc.). Personas que pueden oscilar entre los estratos 3 y 5.

9.2.3. Universidad de Cartagena: Emisora UdeC

Fecha de análisis: 2 de diciembre de 2013

La Universidad de Cartagena es una institución pública de educación superior de ámbito Regional, fundada en 1827, en un convento del siglo XVI regentado por los Agustinos.

Desde su fundación, la institución de educación se ha caracterizado por tener una condición regional, integradora y generadora de oportunidades. De desarrolló en el periodo histórico de la “Gran Colombia” bajo la influencia de Simón Bolívar y Francisco de Paula Santander, lo que le dio proyección y cubrió las necesidades formativas desde la Guajira a Nicaragua.

La Universidad de Cartagena (UdeC), “mediante el cumplimiento de sus funciones sustantivas de docencia, investigación y extensión, y su proceso de internacionalización, forma profesionales competentes en distintas áreas del conocimiento, con fundamentación científica, humanística, ética, cultural y axiológica. Esto les permiten ejercer una ciudadanía responsable, contribuir con la transformación social, y liderar procesos de desarrollo empresarial, ambiental y cultural en los contextos de su acción institucional”²⁵¹.

Para lograr su misión, la Universidad de Cartagena cumple con los siguientes objetivos:

- “Impartir educación superior como medio eficaz para la realización plena del hombre colombiano, con miras a configurar una sociedad mas justa, equilibrada y autónoma, enmarcada dignamente dentro de la comunidad internacional.
- Elaborar y proponer políticas, planes, programas y proyectos orientados a resolver problemas regionales de la comunidad en su área de influencia y participar en ello.
- Establecer una política permanente de orientación docente y capacitación profesional, la cual debe fomentar el desarrollo personal, la práctica de la enseñanza y la investigación, en busca de un mejoramiento de la calidad institucional.
- Propiciar el intercambio científico, tecnológico y cultural, con el propósito de mantener una actualización permanente que garantice la adecuada orientación del desarrollo de la región Caribe y del país.

²⁵¹ Anexo A-EST-29B

- Armonizar su acción académica, administrativa, investigativa y de extensión con otras instituciones educativas y entidades de carácter público y privado a nivel nacional e internacional.
- Garantizar el cumplimiento de los programas de formación, en sus diversos niveles y modalidades, de acuerdo con lo establecido en las normas académicas.
- Impulsar en sus programas académicos el desarrollo del hombre, con base en sólidos componentes de formación humanística, instrucción cívica y en los principios y valores de la participación ciudadana.
- Fomentar, de conformidad con las necesidades y demandas de la región y del país, nuevas áreas del saber que permitan el desarrollo cualitativo y cuantitativo de las comunidades en su zona de influencia.
- Propender por la conservación del patrimonio histórico y cultural de Cartagena. De la región Caribe y del país, mediante acciones y programas educativos tendientes a ese fin.
- Promover un ambiente sano, mediante acciones y programas de educación y cultura ecológica.
- Ofrecer un adecuado servicio de información y documentación”.

La Universidad de Cartagena es una institución Pública que acoge a estudiantes, en su mayoría, pertenecientes a estratos 1, 2 y 3.²⁵² Por tanto, son estudiantes con unas m.,,

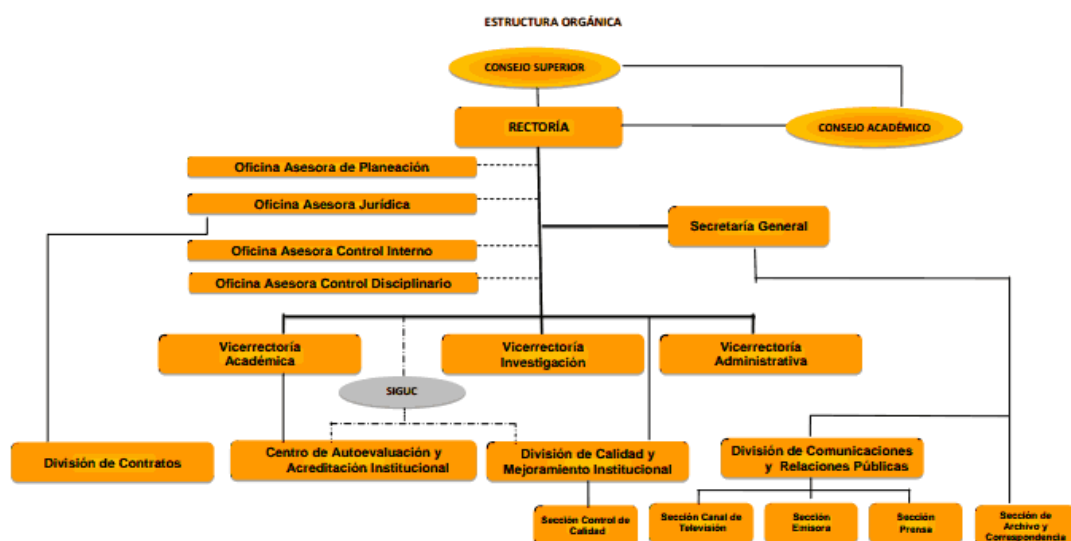
9.2.3.1. Variable Empresarial y Organizativa

La emisora de la Universidad de Cartagena está catalogada como una Emisora Educativa Universitaria, con licencia de emisión de Interés Público. Tiene como objeto “hacer del conocimiento un bien social y público en la ciudad de Cartagena, el cual a través del lenguaje radiofónico y de la música construya de manera amena una ciudadanía comprometida con el desarrollo de su ciudad, haciendo del trinomio informar, formar y entretener nuestro principal compromiso”²⁵³.

La emisora de radio está adscrita a la división de Comunicaciones y Relaciones Públicas, dependiente de la Secretaría General.

²⁵² Anexo A-ENTR-44

²⁵³ Anexo A-EST-29A



Como objetivo general²⁵⁴, UdeC Radio pretende contribuir con el enriquecimiento cultural de la población cartagenera, desde una radio alternativa que ofrezca diversidad de contenido, reconozca el pluralismo étnico y cultural de su audiencia a partir de una programación cuyas bases se erigen en el quehacer académico de la Universidad de Cartagena, institución de educación superior a la cual pertenece.

Como objetivos específicos:

- Contribuir a los propósitos de una política nacional dirigida a la ampliación de cobertura y mejoramiento de la calidad de la educación en su área de influencia y desde las fortalezas institucionales, en los niveles formal y no formal, a través de la oferta educativa de la Universidad de Cartagena.
- Contribuir a la consolidación del Estado Social de Derecho, a través de una acción comunicativa dirigida a la generación de una ciudadanía democrática cultural fundada en el reconocimiento de la diferencia y el diálogo pluriétnico y multicultural de la sociedad colombiana.
- Adelantar un esfuerzo permanente de investigación en torno a la convergencia tecnológica y uso social de los medios masivos como instrumentos de pedagogía social al servicio de los principios democráticos.

²⁵⁴ Anexo A-EST-29A

Para el logro de dichos objetivos, la radio ha formulado una serie de principios que regirán su quehacer diario:

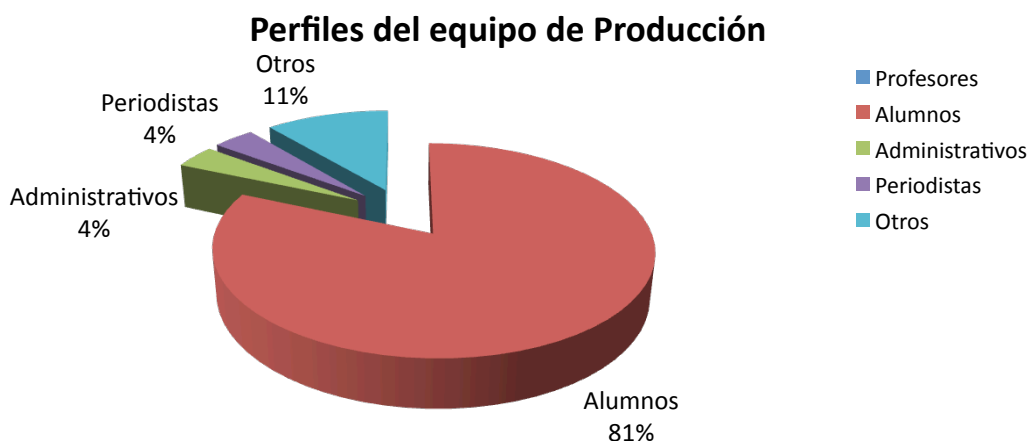
- Es un medio de comunicación al servicio del desarrollo humano u por ende todo su accionar estará regido por el principio de la sostenibilidad de toda forma de vida del planeta que habitamos, por encima de intereses político-económicos relacionados con el uso de sus recursos, tanto en el plano local como en el internacional.
- Es un medio de comunicación regido por el principio de la autonomía universitaria, de carácter democrático y por lo tanto pluralista, mas no partidista ni al servicio de grupos políticos.
- Es un medio de comunicación regido por un principio de reconocimiento de la multiculturalidad como valor y patrimonio de la especie humana.
- Es un medio de comunicación regido por el principio de universalidad desde la comprensión de los fenómenos propios de la era, que conducen a una ciudadanía planetaria que ha de ser construida desde una educación que genere a la gente saberes necesarios del siglo XXI adoptados por la UNESCO, para una comprensión integral del destino común de la especie humana y su identidad.
- Es un medio de comunicación fundado en el principio de construcción de nacionalidad y ciudadanía democrática al servicio de procesos de educación y pedagogía social para el mejoramiento de la calidad de vida de la población y de su área de influencia en los ámbitos formal, no formal e informal.
- Se adscribe a la Declaración de Quito (1995), la cual hace alusión a la libertad de expresión como derecho inalienable de la persona y de los pueblos, a la defensa de los Derechos Humanos, al respeto por la identidad étnica, a la preservación del medio ambiente, al protagonismo de los jóvenes, a la protección de la niñez y la tercera edad, la educación y la salud, la denuncia de la corrupción, y la integración regional.

Principios que se fundamentan en los valores de respeto hacia toda clase de vida, la equidad, la justicia social, la solidaridad y la dignidad.

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad de Cartagena		Público	Regional	1	Interés Público
Adscripción	Secretaría General	Rector	Germán Sierra	Unidad	División de Medios
Director Radio	Martha Amor Olaya – Directora División de Medios				
Nombre Emisora	UdeC Radio				
Presupuesto	Institucional				

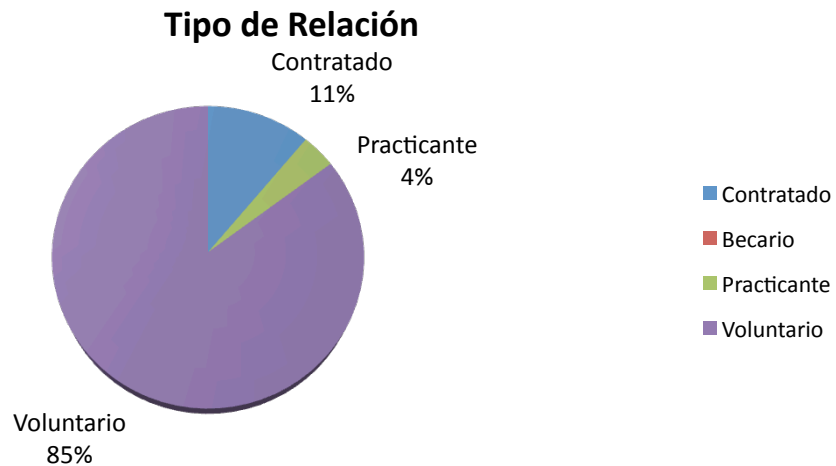
9.2.3.2. Productiva

UdeC Radio está conformada por 52 integrantes²⁵⁵, de los cuales el 81% son alumnos, el 4% son administrativos, al igual que periodistas y el 11% tienen otro perfil o son realizadores externos a la institución.

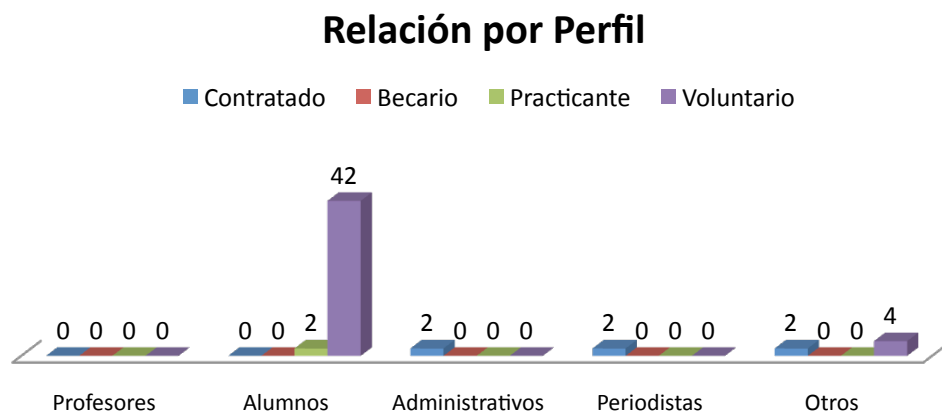


En cuanto al tipo de relación que mantienen con la radio, el 85% son voluntarios, el 11% contratados y el 4% practicantes.

²⁵⁵ Anexo A-PROT-32

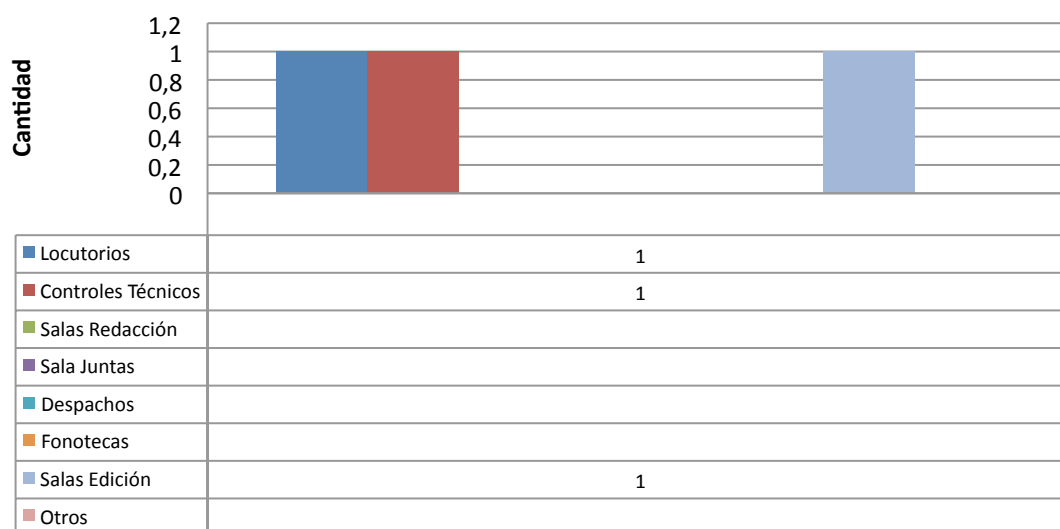


Según el tipo de perfil y relación, de los alumnos 42 son voluntarios y 2 practicantes; los administrativos y periodistas son todos contratados. En cuanto a “otros”, dos son contratados y 4 voluntarios.

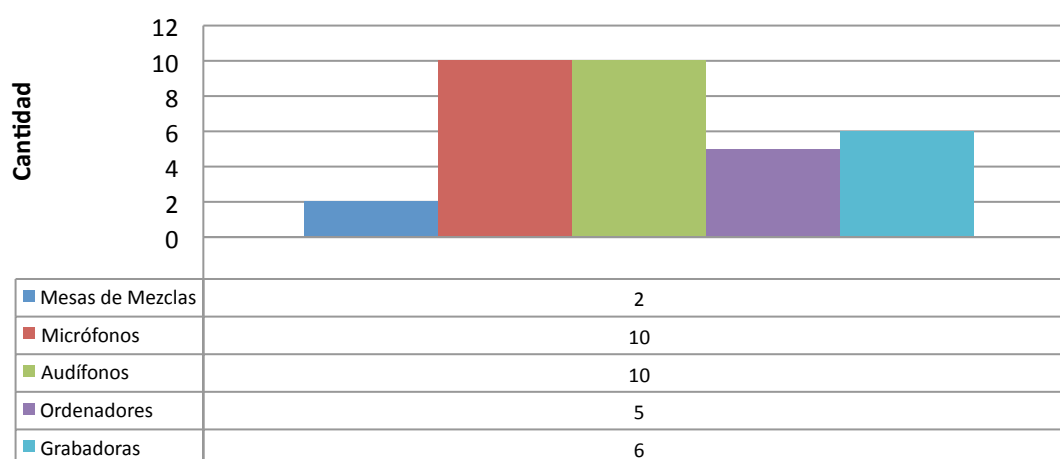


En cuanto a los espacio destinados al funcionamiento de la emisora, vemos que UdeC Radio cuenta con un locutorio, una sala de control y una sala de edición. En cuanto a los elementos técnicos de producción, disponen de dos mesas de mezclas, diez micrófonos y audífonos, así como 6 grabadoras. Para la edición de audio disponen del software Adobe Audition y para la gestión de contenidos de audio el programa Adas Net Evo.

Espacios de Producción



Elementos de Producción



9.2.3.3. Programación y Contenidos

La programación²⁵⁶ de UdeC Radio tiene una concepción mixta, en la que se combinan franjas musicales semanales con programas hablados. Es una estructura de contenidos con periodicidad semestral. En gran medida adecuada a los ritmos académicos. En cuanto a la producción, UdeC Radio cuenta con un manual de estilo donde se recogen recomendaciones en cuanto a sistemas de producción, redacción, usos y aplicaciones de la música, etc. Existe un comité de programación conformado por tres profesores de planta, un representante del rector y un estudiante representante del programa de Comunicación Social, pero no es operativo. Con lo que la programación la realiza, en gran medida, la dirección de la emisora de radio.

²⁵⁶ Anexo A-ENTR-45

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

Las franjas programáticas y programas de contenido son²⁵⁷:

Programas Temáticos

- **Udc Radio Al Día.** Espacio encargado de promocionar los eventos relacionados con la cultura a nivel local y departamental, a partir de la creatividad inherente a la comunicación y el carácter juvenil, versátil y responsable del equipo de trabajo. El programa busca que los ciudadanos se informen, generen opinión, se acerquen y participen activamente de cada uno de los procesos culturales que tienen lugar en la ciudad y el caribe en general. fue ganador en 2011 de premios y becas del bicentenario ipcc en la categoría de mejor estrategia creativa de difusión de la cultura con el proyecto “vive la cultura”. Actualmente, es el único espacio en fm en cartagena dedicado solo a la actividad cultural de la ciudad.
- **Música Del Patio.** El vallenato y ritmos de la sabana, se hacen presentes con la fuerza de la historia. toda una reflexión y agradable disertación de tres grandes estudiosos de la música vallenata en cartagena, hacen de este programa un espacio para aquellos que extrañan los vallenatos de otrora y nuestras raíces musicales.
- **Track List.** Gran especial de canciones mezcladas en vivo. Repertorio de música electrónica, con la conducción del productor Gustavo Chica.
- **Pilando Historias.** El programa surge con el objetivo de propiciar y posicionar desde la radio un espacio para el análisis de los principales hechos históricos y presentes más trascendentales de nuestro pasado histórico a nivel local, regional y nacional y mundial. en este sentido, se establece un diálogo que permite entender desde la historia el porqué de nuestro presente de la mano de investigadores y de la comunidad especializada. Igualmente se reconoce el aporte a los nuevos investigadores, las publicaciones recientes y las notas que hablan de las transformaciones de nuestra ciudad y el país.
- **Hallyu Up.** Es un programa que busca dar a conocer la cultura de corea del sur y el género k-pop en la ciudad de Cartagena y convertirse en un espacio

²⁵⁷ <http://udecradio.unicartagena.edu.co/> fecha de consulta 2 de diciembre de 2013

representativo para la comunidad amante de este movimiento en la ciudad, que poco a poco se ha ido tomando el mundo.

- **Localía.** Un grupo de jóvenes del programa de comunicación social de la Universidad de Cartagena, dirigen llenos de juventud y energía el espacio que da cabida al talento local, todos los ritmos, nuevas, exóticas, tradicionales, históricas y cualquier canción hecha en Cartagena o por cartageneros encuentran su espacio en localía.
- **Jurassic Rock.** Haroldo Estrada, reconocido médico y docente de la facultad de medicina de la Universidad de Cartagena, contextualiza todo el movimiento social que dio espacio a uno de los ritmos emblemáticos del mundo contemporáneo: el rock and roll, acogido como la expresión de la rebeldía de los jóvenes de la década de los 60's.
- **Trovadores.** Trovadores que se emite de 5 a 6 de la tarde todos los sábados, es un programa de música de cantautores colombianos.
- **Voces Del Jazz.** Un gran recorrido por la historia de este género musical que marcó un icono en la historia del mundo. Voces del Jazz es una experiencia a través de la música y de la historia
- **La Hamaca Grande.** Programa que promueve y divulga la riqueza y diversidad de la cultura sabanera, principalmente su música, pero también su literatura, danza, gastronomía, tradición oral los personajes, ritmos, festivales, publicaciones exponentes y estilos de los pueblos representativos de esta cultura, entendiendo la región en un sentido netamente cultural y no geográfico.
- **Universo U.** Programa institucional de la Universidad de Cartagena, donde se dan a conocer las propuestas, proyectos y logros de los estudiantes, profesores y directivos de la universidad, con el apoyo periodístico de los estudiantes en práctica del programa de Comunicación Social de la Universidad.
- **Hojas Secas.** Espacio para la balada romántica, historia y reconocimiento de los mejores artistas e intérpretes de este género musical.
- **Opus Vital.** Ofrece una aproximación a la música clásica desde la perspectiva de la salud. alterna entre emisiones de muestras musicales y comentarios sobre la biografía médica de los grandes músicos, la musicoterapia y aspectos relacionados con la salud.
- **Eurocultura.** Música y temas de interés cultural de las ciudades, pueblos y regiones de Europa. Gastronomía, música, costumbres y tradiciones de la mano

de extranjeros que nos cuentan sus experiencias vividas en cada uno de sus países y comparan las realidades y recursos de Europa y Colombia.

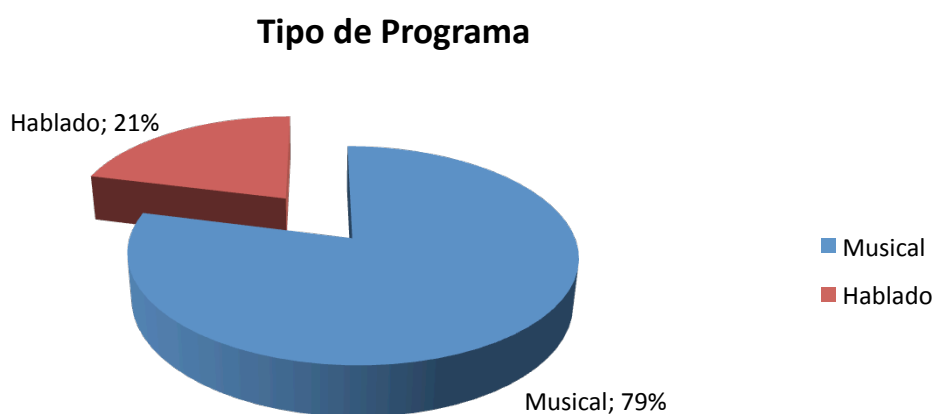
- **Encanto Caribe.** Fortalece y divulga la enseñanza de las emociones musicales de los pueblos, que es la voz del arte. Con géneros de jazz latino, salsa contemporánea, son, guaguancó, guajira, bomba y plena, abacua, son montuno, descargas, changüí etc, al igual que las más hermosas presentaciones rítmicas melódicas del caribe colombiano.
- **Cineclub Udc Radio.** Presentado y dirigido por el profesor de la Universidad de Cartagena, Ricardo Chica Géliz, muestra y enseña sobre la historia del cine desde el punto de vista académico, combina entrevista, bandas sonoras de las películas tratadas y contenido explicativo de las escenas de cada película.
- **Ahí Na Ma.** Programa musical sobre la riqueza de la salsa. Especiales y homenajes a grandes artistas representantes de este género musical.
- **Lingala Caribe.** Música proveniente del caribe, haciendo énfasis en las raíces de la misma, es decir en África, máximos exponentes de Suckus africano y de la cultura afrodescendiente.
- **Esquizofonia.** Música con instrumentos electrónicos, información de artistas, especiales con DJs locales e internacionales y variedad de géneros de la electrónica
- **Noticiero Rfi:** Media hora de transmisión del Noticiero Radio Francia Internacional
- **Voces Unidas Onu:** Programa de las Naciones Unidas emitido media hora los días sábados.

Franjas Musicales

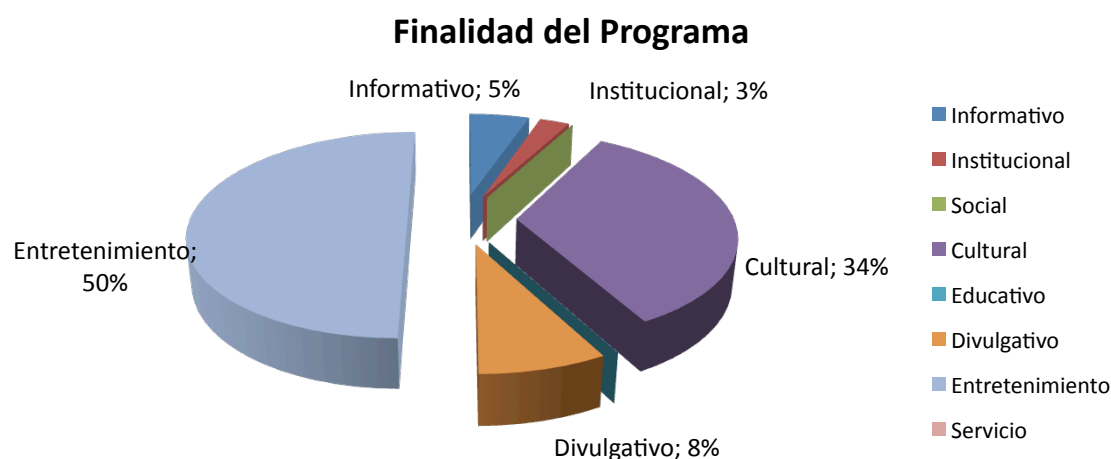
- **Acordes En Sepia:** Boleros
- **Cantos De Libertad:** Música de cantautores hispanoamericanos
- **Tres Colores, Muchos Sones:** Música tradicional Colombiana
- **Isla Morena:** Reggae y Soka y calipso
- **Mojito, Menta O Yerbabuena:** Son cubano
- **Pentagramas:** Música clásica
- **Sintonía Lirica:** Pop lírico
- **Tanto Tango:** Tango
- **Sin Vino Ni Tinto:** Bosanova y sonidos tradicionales de brasil

- **Onda Corta:** Música contemporánea internacional
- **Colombia Alterna:** Música colombiana alternativa
- **Patrimonio Sonoro:** Música de orquesta
- **Voces En Rosa Y Marrón:** Música experimental masculina y femenina
- **Ciudad Solle:** Música norteamericana de los 70 y 80
- **Rock´N Love:** Fusión de balada en inglés y español y rock en inglés y español
- **Udc Radio Touch:** Música de todos los géneros que se emiten en UDC Radio
- **Udc Radio Touch Retro:** Música retro de todos los géneros.

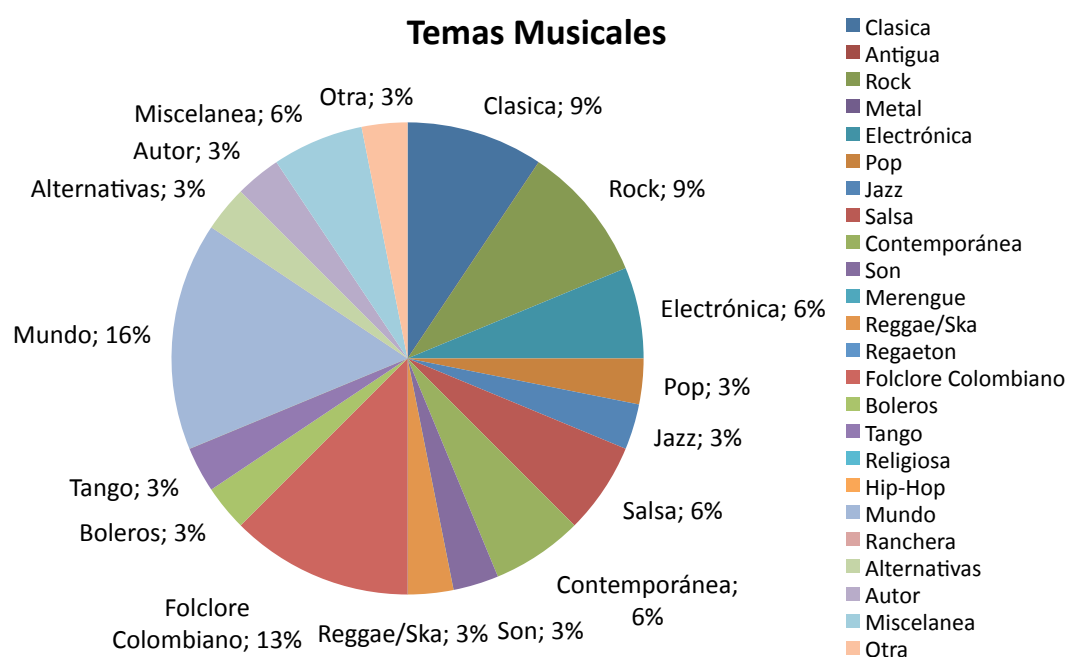
Podemos observar que el **79%** de los contenidos son de carácter **musical**, frente al **21% hablado**. Si bien, hay que matizar que varios de los programas tipificados como musicales tienen un doble dimensión, pues, como hacen en el programa Opus Vital, se habla de la música clásica desde la perspectiva de la salud: técnicas terapéuticas con la música, historia médicos de grandes compositores, etc.



En cuanto a la finalidad de la programación, podemos ver que el 50% de los espacios tienen una finalidad de entretenimiento, y el otro 50% se compone de espacios culturales (34%), divulgativos (8%), informativos (5%) e institucionales (3%).

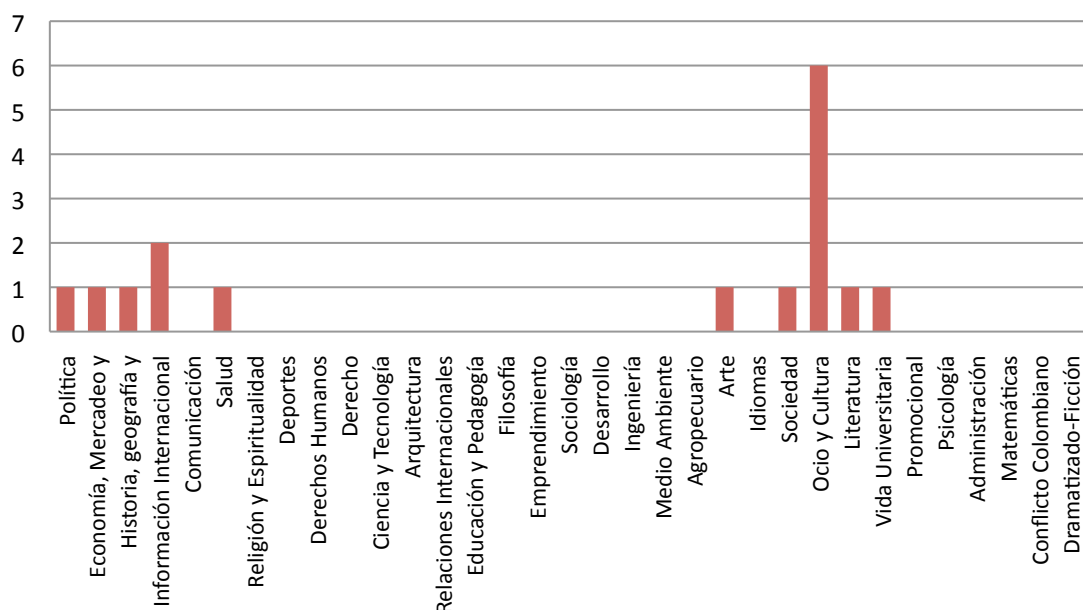


La música, un elemento esencial en la programación de UdeC como transmisor de mensaje, experiencias, culturas e identidades, se manifiesta a través de múltiples géneros. Encontramos folclore colombiano, son, salsa, rock, tango, boleros, jazz, música alternativa, cantautores, músicas del mundo, etc.



En cuanto a los temas de los programas hablados, podemos ver que los contenidos más tratados tienen que ver con Cultura y Ocio. También hay espacios donde se habla de la historia, la política y economía, la salud, el arte, la literatura, la sociedad y vida universitaria. También hay espacio de información internacional a través de convenios con emisoras e instituciones internacionales.

Temas Hablados



9.2.3.4. Distribución

UdeC Radio es una emisora perteneciente a una universidad oficial, que cuenta con una licencia de Interés Público, que transmite por Frecuencia Modulada a través de 99.5 Mhz, con una potencia de 1 Kw y autorización de cubrimiento Zonal Restringido tipo C, lo que permite cubrir la ciudad de Cartagena y parte del Departamento de Bolívar. De forma paralela retransmite su señal analógica por Internet, a través de la página web <http://udecradio.unicartagena.edu.co/> mediante un servidor propio de la universidad. Tiene un incipiente servicio de podcast alojando en la web, o a través de la plataforma Ivoox <http://podcastdeudecradio.ivoox.com>. También se puede escuchar la emisora a través de la aplicación de dispositivos móviles Tunein. Cuenta con perfil en las redes sociales Twitter @UDECRadio y Facebook <https://www.facebook.com/UDECRadioFM>

Radio Frecuencia										
Licencia		Frecuencia	Emisor	Antena	Categoría de Cubrimiento			Área geográfica de Cubrimiento		Satélite
Interés Público		99.5 F.M.	Potencia	Altura	Zonal	Zonal Restringido	Local Restringido	Cartagena – Bolívar		No
			1 KW	24 Mts		X				
Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación	Winamp	Propio	Externo		Sí	Facebook Twitter	Tunein	Sí	No
			X							

9.2.3.5. Difusión

UdeC Radio es una emisora dinámica en lo musical, enfocada en lo cultural y el entretenimiento y rica en sus formas. Esto hace que el potencial público objetivo de la emisora esté compuesto por personas jóvenes y adultas, con unos gustos musicales arraigados en los modos sociales caribeños, con interés en una oferta cultural de la ciudad, oferta, en gran medida gratuita, y atraída por culturas del mundo. Por lo tanto, se manejan grupos socioeconómicos y culturales desde el estrato 1-2 al 3-4.

En una primera lectura de la estructura de contenidos de la programación, pareciera que estructurase su audiencia en pautas de consumo marcadas: adultas y jóvenes, pero maneja una curva musical y temática que permite arrastrar estos perfiles. Perfiles que tendrán dos elementos comunes: la música y la cultura y entretenimiento.

9.2.4. Universidad de Cartagena Jorge Tadeo Lozano: K13 Radio

Fechas de análisis: 3 de diciembre de 2013

La Universidad Jorge Tadeo es una institución de educación superior de carácter privada, bajo la personería de Fundación. Como expusimos en la Región Andina, la universidad se fundó en Bogotá en 1954.

El Consejo Directivo de la universidad, con motivo del crecimiento económico que venía ocurriendo en Cartagena por el comercio internacional portuario, el turismo, así como por la falta de universidades en las que la población cartagenera pudiera formarse, decidió crear la Seccional del Caribe en 1976. Los primeros programas serían Arquitectura, Comercio Exterior y Administración Turística. En 1993, a partir de los programas de Bogotá, se ofertaría Comunicación Social – Periodismo y Diseño Gráfico. En el año 2000 se pondría en marcha el programa de Administración de Empresas y, un año después, Publicidad. Hasta el momento se ofertaron programas profesionales, pero en 2002, a partir de la dinámica socioeconómica y laboral, se empezarían a impartir programas tecnológicos: Realización de Audiovisuales y Multimedia; Producción de Radio y Televisión y el programa de Tecnología en Acuicultura. La Seccional del Caribe también oferta programas de especialización en Gerencia de Mercadeo, Administración Ambiental de Zonas Costeras, Urbanismo, etc.

La Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano – Seccional del Caribe “es una institución de carácter pluralista, que busca la formación de profesionales éticos, competentes, críticos y creativos, que asuman su compromiso con la sociedad con clara conciencia de respeto por los seres humanos y sus derechos, por el medio ambiente y contribuyan al bien común y al desarrollo social, cultural, empresarial, científico y estético en el contexto internacional, con fundamento en los ideales de la Expedición Botánica”²⁵⁸.

9.2.4.1. Variable Empresarial y Organizativa

La Tadeo Seccional del Caribe, se organiza de la siguiente forma: Rectoría Bogotá, Dirección Seccional: Subdirección Académica (de la que dependen los departamentos de Ciencias Humanas, Artes y Diseño; Ciencias Económicas y Administrativas; Biblioteca y Bienestar Universitario); Coordinación Jurídica; Coordinación de Mercadeo; Dirección de Investigaciones; Coordinación de Planeación y Proyectos;

²⁵⁸ Anexo A-EST-04

Coordinación de Internacionalización y Educación Continuada; Coordinación de Relaciones con el Medio; Subdirección Administrativa y Financiera (área administrativa y área financiera).

La emisora de **radio K13**²⁵⁹ depende administrativamente de la Subdirección Académica, en la medida que se es un recurso físico disponible para todos los programas (en uso de instalaciones). Sin embargo, la parte de contenidos se gestiona desde el programa de Comunicación Social y Periodismo, del departamento de Ciencias Humanas, Artes y Diseño.

K13 es un medio que nace con la necesidad de ofrecer una herramienta formativa a los alumnos de Comunicación Social Periodismo y Producción de Radio y Televisión, a la vez que se proyecta como un mecanismo de divulgación y expresión de los proyectos de los alumnos, así como de contenidos alternativos en la región.

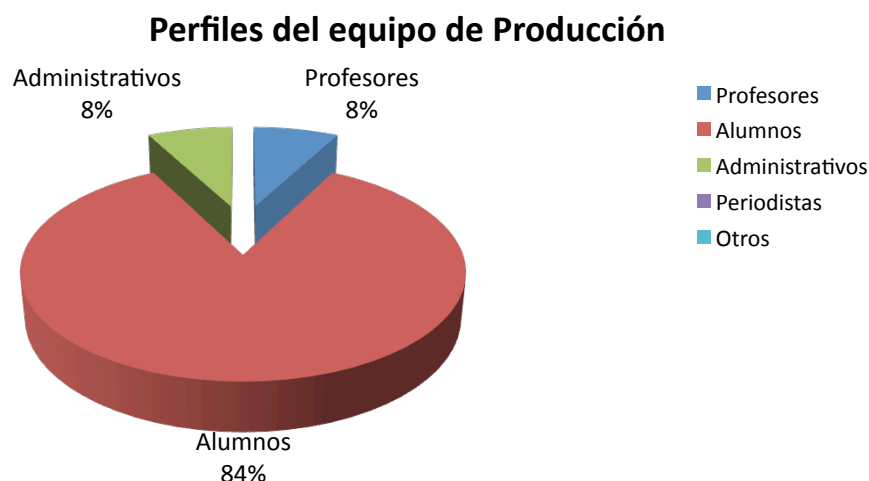
K13 está estructurada de la siguiente manera: Supervisor (Subdirección Académica) Director (profesor Tiempo Completo del programa de Comunicación Social Periodismo y Producción de Radio y Televisión) y Coordinador.

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad Jorge Tadeo Lozano Seccional Caribe		Privada	Regional	1	No Aplica
Adscripción	Dirección Seccional	Dirección Seccional	Gina Ester Angulo Blanquicett	Unidad	Subdirección Académica
Director Radio	Luis Carlos Zúñiga – Profesor Tiempo Completo				
Nombre Emisora	K 13 Radio				
Presupuesto	Institucional				

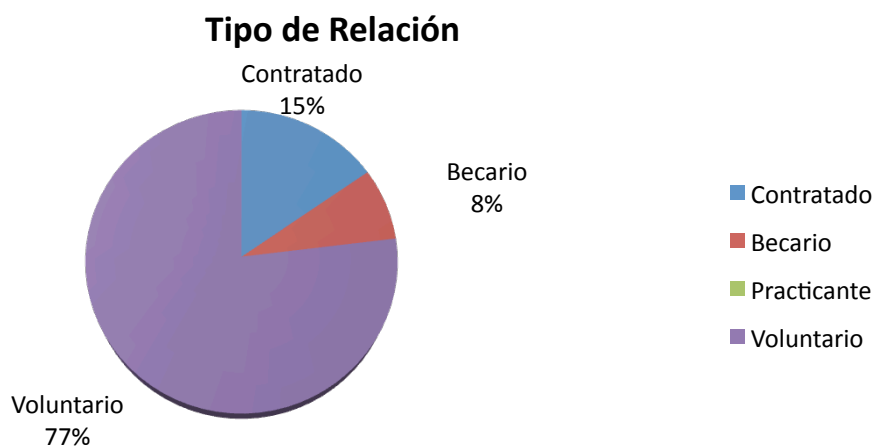
²⁵⁹ Anexo A-ENTR-47

9.2.4.2. Productiva

La emisora de radio está conformada²⁶⁰ por 13 miembros. Un profesor, un administrativo, un alumno becado y en torno a 10 alumnos que se vinculan de forma voluntaria o mediante prácticas.



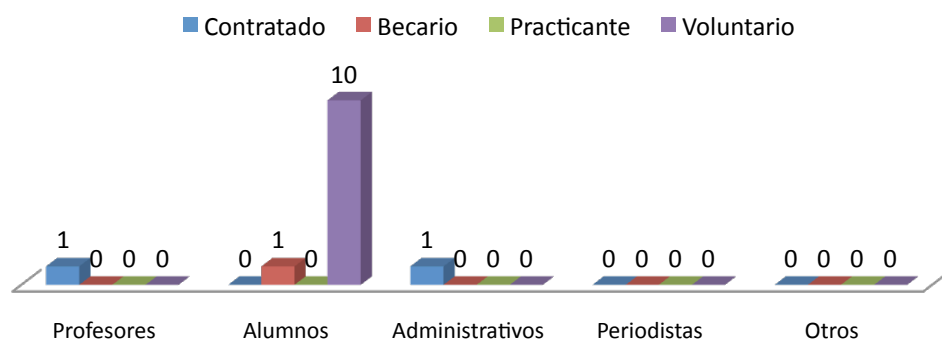
En cuanto a la relación que mantienen con la radio, el 77% son voluntarios, el 15% contratados y el 8% becarios. Hay que matizar que de los contratados, así como del alumno becado, no tienen exclusividad en la emisora. Comparte labores en otras áreas de la universidad.



En cuanto al tipo de relación por perfil, observamos que el profesor es contratado, al igual que el administrativo. Los alumnos 10 son voluntarios y 1 es becado.

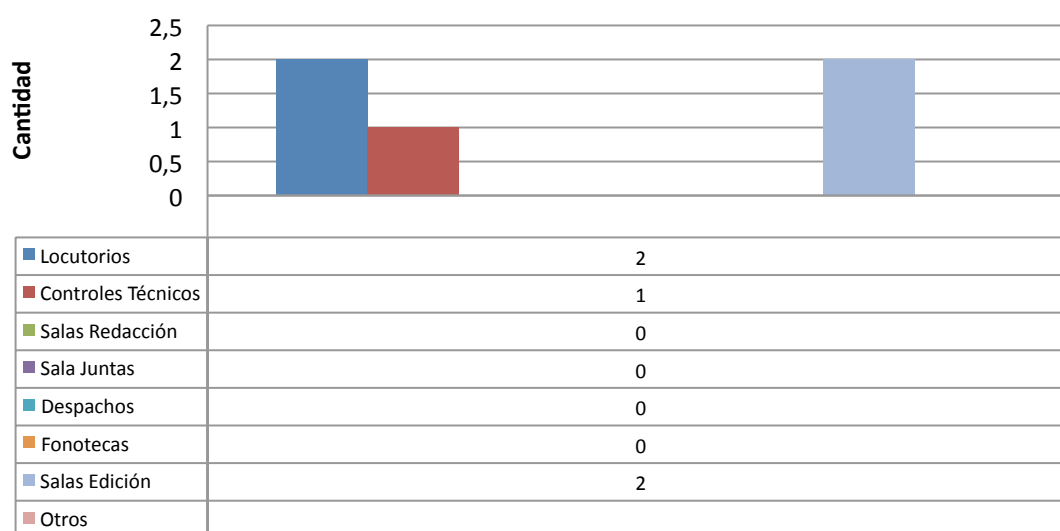
²⁶⁰ Anexo A-PROT-33

Relación por Perfil



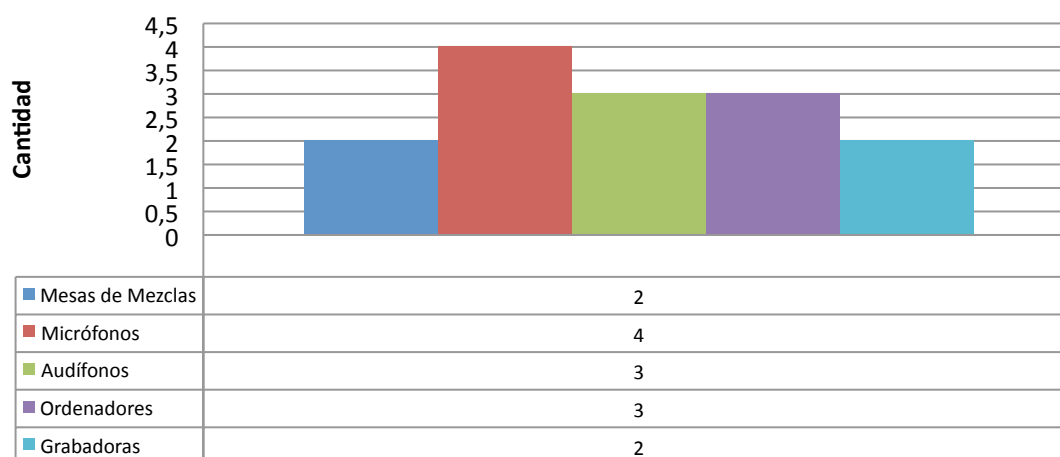
K13 cuenta con unos recursos es espacio limitados:

Espacios de Producción



En cuanto a recursos técnicos:

Elementos de Producción



9.2.4.3. Programación y Contenidos

La programación²⁶¹ de la emisora se estructura en franjas de lunes a sábado, y los domingos un único bloque musical. La parrilla tiene una periodicidad semestral, pues los contenidos son producidos por los alumnos en el marco de las diferentes asignaturas de radio en los programas de Comunicación y Producción de Radio. Para la elaboración de los contenidos no aplican ningún manual de estilo.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
No	No	Si	Si	Semestral	Sí	No

Las franjas de K 13 son:

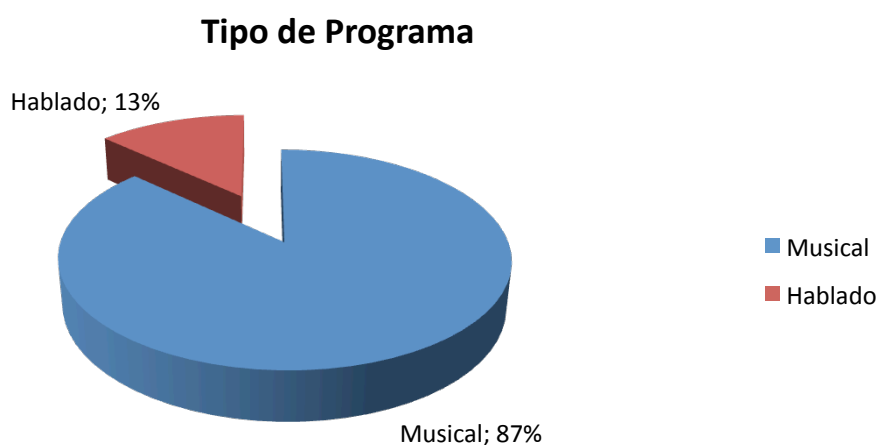
- **Los Latidos de mi tierra.** Franja musical variada, caracterizada por destacar los ritmos colombianos y el folclor de las diversas regiones de Colombia.
- **Gente Tadeo.** Espacio para dar conocer proyectos radiales y productos realizados en prácticas y fuera de clase, se socializan programas de diversos Temas.
- **Informativo Diario.** Formato de radioperiódico dividido en secciones: Política, economía, deportes, etc. Brinda noticias, crónicas, comentarios, etc. Realizado por estudiantes de la seccional.
- **Música del Mundo.** Formato de complacencias musicales que envían los oyentes a través de redes sociales y opiniones, socializar sobre diversos géneros y artistas internacionales.
- **Timbal Estéreo.** Formato musical – espacio para escuchar música Salsa, vieja guardia y artistas reconocidos en este ámbito de la salsa.
- **La Verdadera Historia.** Crónicas y relatos sobre acontecimientos que marcaron la vida musical de artistas reconocidos. Busca informar y educar con base en la aclaración de hechos históricos.
- **Recontrabeats.** Formato de comentarios y música electrónica. Se hace un recorrido musical desde los inicios de la electrónica y fusiones de géneros que se hacen con esta (la electrónica).

²⁶¹ Anexo A-PROG-34

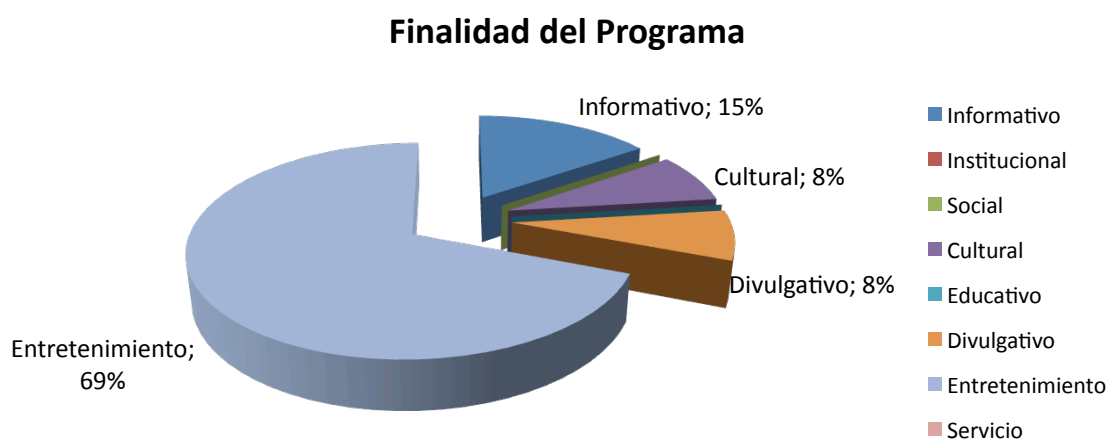
- **Noches y Amanecer Musical**” Sección Musical con un Genero único y específico cada noche y para el amanecer diario. Lunes: Instrumental; Martes: Nueva era; Miércoles: Baladas clásicas en español; Jueves: Pop y baladas en inglés; Viernes: Crossover.

Los domingos la programación es musical las 24 horas, incluyendo las primeras 8 horas del día lunes. Los festivos la programación es musical variada.

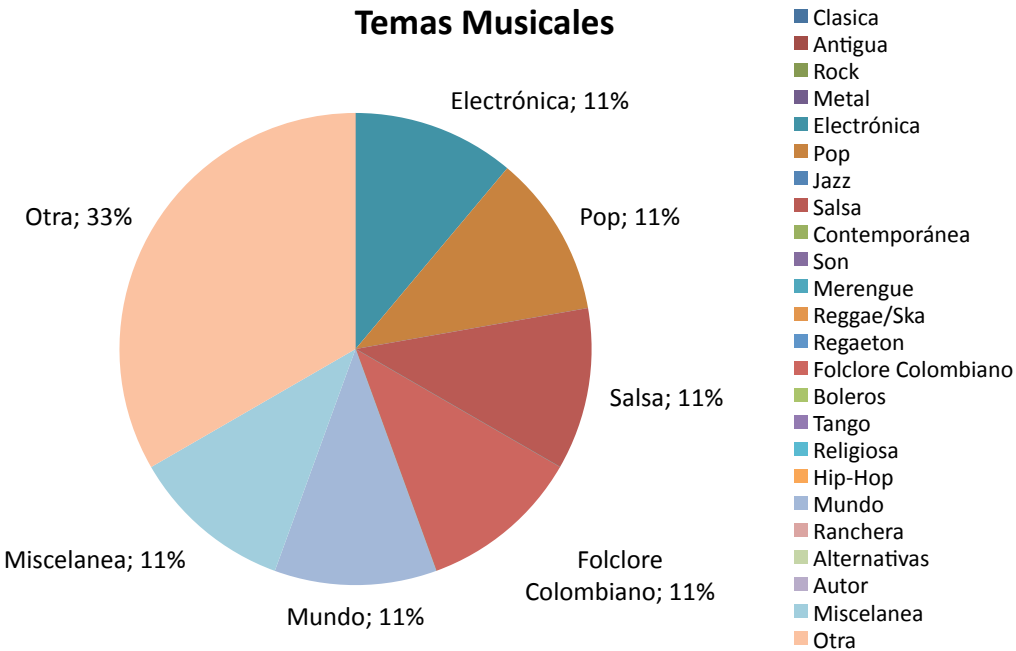
La producción de contenidos de K13 está compuesta por un **87%** de programas **musicales** y de unos **13% hablados**.



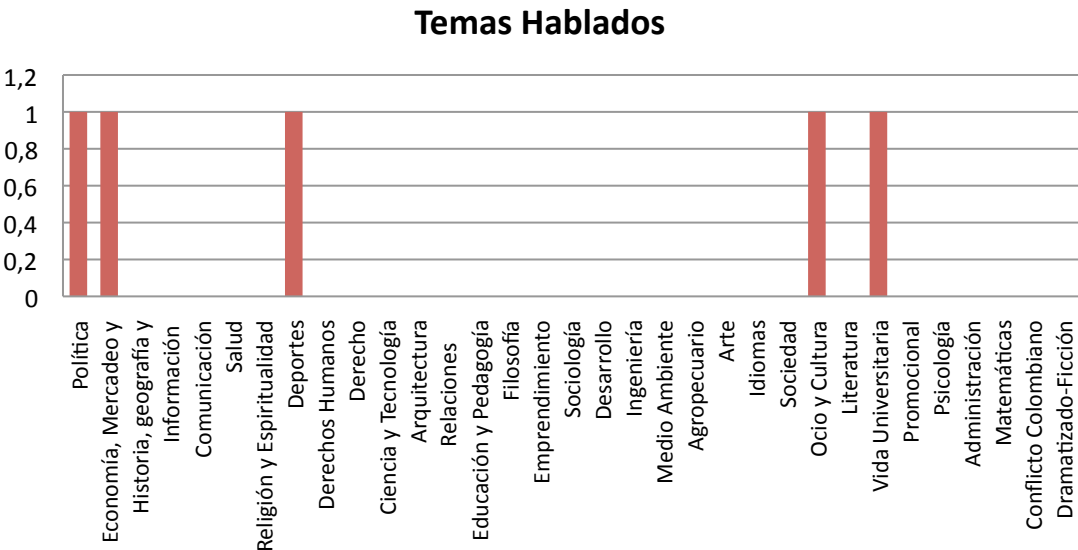
En cuanto a la finalidad de los programas, un **69%** son de **entretenimiento**, un **15% informativos** y con un **8% cultural y divulgativo**, cada uno.



Los géneros que componen los espacios musicales son, con un 33% otras (instrumental, nueva era, baladas en español y crossover. En las franjas nocturnas de 24 a 6 horas) y con un 11% cada una: salsa, folclore colombiano, músicas del mundo, pop, electrónica y variadas.



En cuanto a los contenidos tratados en los programas hablados, vemos que en el noticiero se tratan temas de política, economía y deportes. También hay un espacio donde se tratan temas referentes a la institución (vida universitaria: programas, proyectos, etc.) y un último tema centrado en ocio y cultura.



9.2.4.4. Distribución

K13 es una emisora web que emite por Internet. Por lo tanto, no requiere de licencia de emisión. La emisión se puede seguir a través de la página <http://k13radio.com.co/>. Transmite la señal 128 Kbps y dispone de aplicación para escuchar la radio por distintos dispositivos móviles.

Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación	Shout Cast Source	Propio	Externo	Winamp, real player, Quicktime, VLC	Sí	-	Sí	Sí	Sí
128 Kbps	MP3			X						

9.2.4.5. Difusión

Teniendo en cuenta los objetivos de la emisora (formación), de los contenidos de la programación y del sistema de distribución, el potencial Público Objetivo de la emisora es la misma comunidad universitaria tadeísta.

9.2.5. Universidad de Sucre: Unisucro FM Stereo

Fechas de análisis: 16 de junio de 2014

La Universidad de Sucre es una institución de educación superior de carácter público y departamental, fundada en 1977 e inaugurada en 1978.

En la actualidad cuenta con cinco facultades: Ingeniería (con programas como Ingeniería Agrícola, Ingeniería Agroindustrial, Ingeniería Civil, Tecnología en Electrónica Industrial, Tecnología en Obras Civiles y Tecnología en Procesos Agroindustriales), Ciencias de la salud (Medicina, Enfermería, Fonoaudiología y Tecnología en Regencia de Farmacia), Ciencias Agropecuarias (Zootecnia), Ciencias Económicas y Administrativas (Administración de Empresas, Economía, Contaduría Pública y Tecnología en Gestión Empresarial) y Facultad de Educación y Ciencias (Biología, Licenciatura en Matemáticas, Licenciatura en Lenguas Extranjeras, Licenciatura en Física y Derecho). Cuenta con un doctorado en Ciencias Físicas, seis maestrías, cinco especializaciones y dos diplomados.

La misión de la Univesidad de Sucre es “forma profesionales idóneos, críticos e íntegros, basados en currículos flexibles en un ambiente de pluralismo ideológico y de excelencia académica, capaces de articular el conocimiento científico, tecnológico y cultural con el desarrollo socioeconómico sostenible, para el mejoramiento de la calidad de vida de la población sucreña y la región Caribe”²⁶².

9.2.5.1. Variable Empresarial y Organizativa

La Universidad de Sucre está estructurada de la siguiente manera²⁶³: **Consejo Superior**, **Consejo Académico**, **Rectoría** (Oficina de Gestión de Calidad, Of. Planeación, Secretaría General, Of. Jurídica, Unidad de Control Interno Disciplinario, Of. Control Interno de Gestión), **Vicerrectoría Administrativa** (División Financiera, Recursos Humanos, Bienestar Social Universitario, Servicio y Mantenimiento, Cómputo y Sistemas, Diagnóstico Médico), **Vicerrectoría Académica** (5 Facultades, Biblioteca, Investigación, Admisiones, registro y control académico, Laboratorios, Postgrados, educación continuada y relaciones internacionales).

²⁶² Anexo A-EST-30

²⁶³ Anexo A-ORG-27

La emisora de radio, ni la oficina de comunicaciones en la que está adscrita, aparecen en el organigrama de la institución²⁶⁴.

Unisucré FM es una emisora de Interés Público, que emite por Frecuencia Modulada 100.8 Mhz, con 15 años de antigüedad.

Tiene la misión es ser la voz de la Universidad de Sucre y de las comunidades regionales que buscan proyectar su cultura en todos los ámbitos (principalmente en la música) estableciendo diálogos que permitan interactuar, llevando una información de primera calidad, el buen uso del castellano y claridad conceptual, para que los ciudadanos puedan tomar mejores decisiones.

Unisucré FM se organiza de la siguiente manera: dirección, locutor, apoyo de producción y operadores de sonido.

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad de Sucre		Pública	Regional	1	Interés Públicp
Adscripción	Rectoría	Dirección Seccional	Vicente Perinán Prieto	Unidad	Rectoría
Director Radio	Alfonso Hambuerger Fernández				
Nombre Emisora	Unisucré FM				
Presupuesto	Institucional				

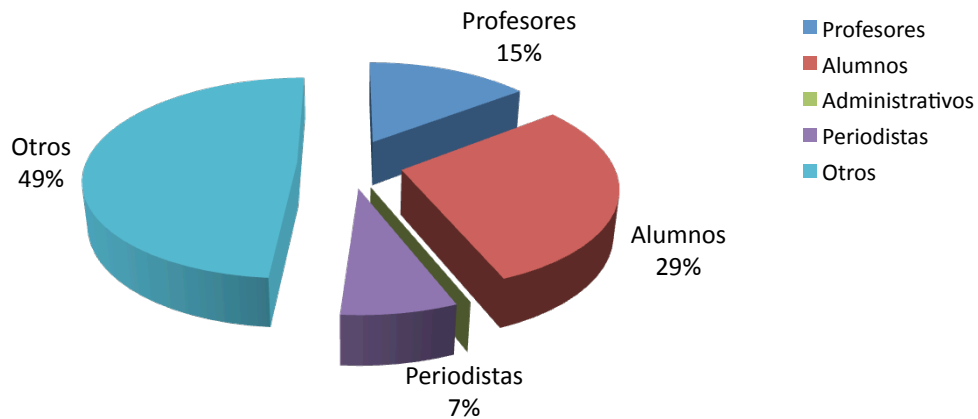
9.2.5.2. Productiva

La emisora de radio está integrada por **41 personas**²⁶⁵. De las cuales el **29%** son **alumnos**, el **15%** **profesores**, el **7%** **periodistas** y **49%** **realizadores externos**.

²⁶⁴ Anexo A-ORG-27

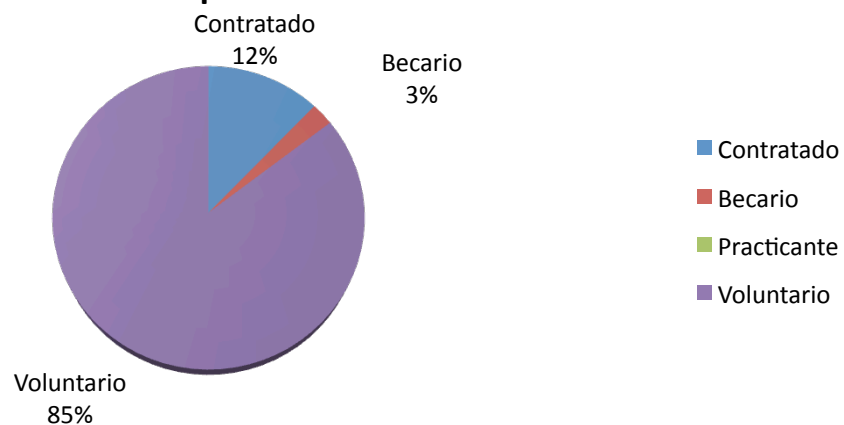
²⁶⁵ Anexo A-PROT-34

Perfiles del equipo de Producción



De la totalidad de los integrantes, el **85%** tienen una relación de colaboración **voluntaria**, el **12%** son **contratados** y el **3%** **becarios**.

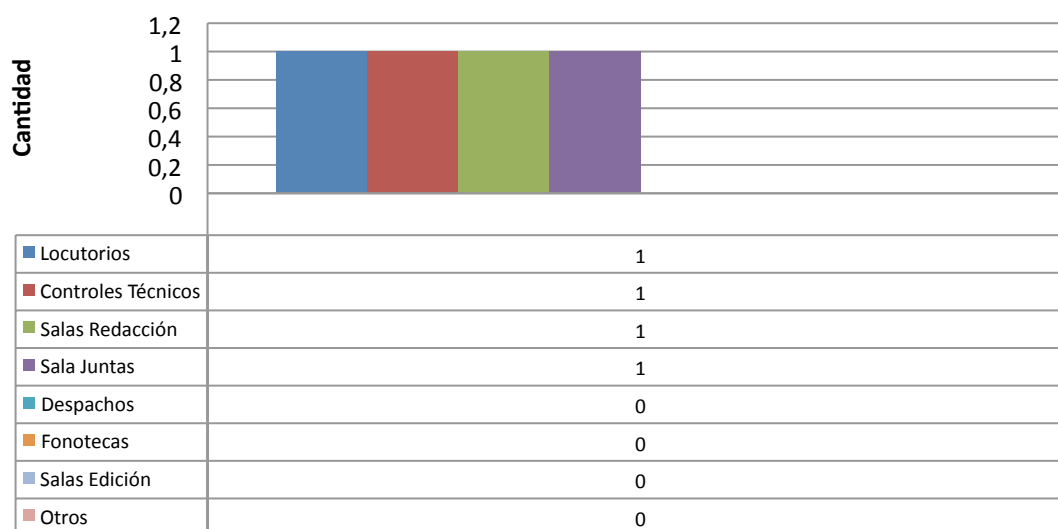
Tipo de Relación



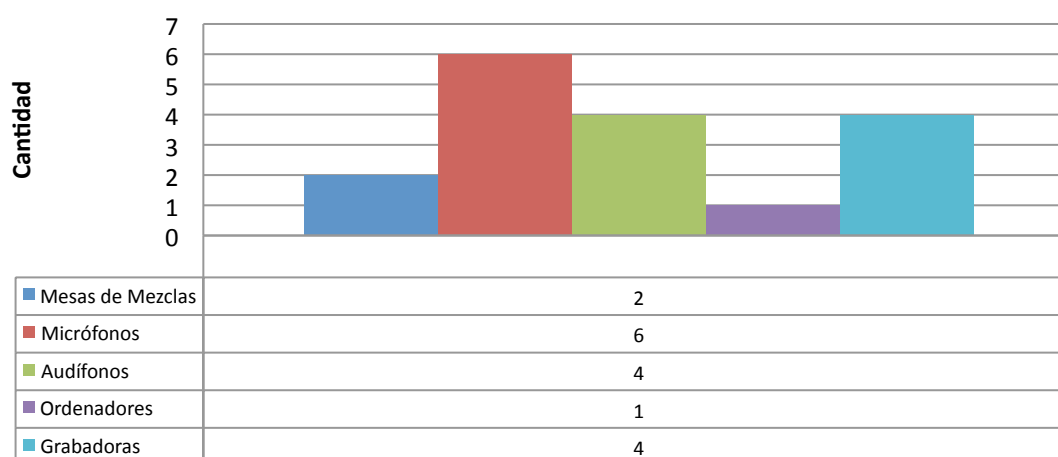
Unisucre FM está ubicada fuera del campus universitario. Las instalaciones ocupan apenas 60 metros cuadrados. La emisora está compuesta por: una locutorio, un control, una sala de redacción y una sala de juntas.

En cuanto al equipamiento de producción, cuenta con 2 mesas de audio, 6 micrófonos, 4 audífonos y 4 grabadoras. Para la edición de sonido emplean Adobe Audition y para la gestión de contenidos Zara Radio.

Espacios de Producción



Elementos de Producción



9.2.5.3. Programación y Contenidos

La programación de Unisucre FM tiene una concepción mixta²⁶⁶, en la que se intercalan franjas programáticas semanales con programas temáticos, de lunes a domingo. No hay una periodicidad establecida en cuanto a la modificación de la programación. Los cambios que se hagan surgen de la necesidad. Existe un comité encargado²⁶⁷.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Sí	Sí	No	Sí	Fija	Sí	Sí

²⁶⁶ Anexo A-PROG-35

²⁶⁷ Anexo A-ENTR-48

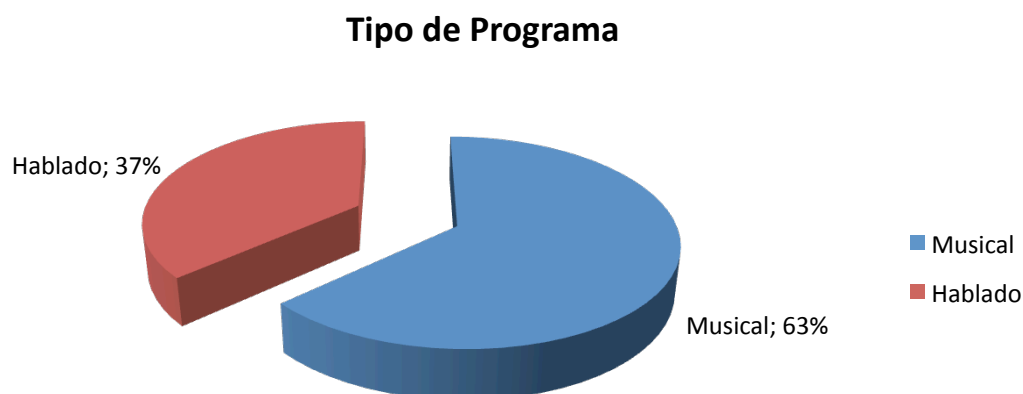
Los contenidos de Unisucré FM son:

- **Regalía Para El Desarrollo.** Programa dirigido por el comité de seguimiento a las inversiones de regalía de sucre (CSIR). Este programa trata de temas de los recursos provenientes de la industria extractiva, todos los lunes a partir de las 8 a.m. a 9 a.m. En este se analizan los diferentes contratos y convenios en los que se usan recursos de las regalías y se pide rendición de cuenta a los contratistas.
- **Voces Y Letras.** Tertulia, Arte y Café. Este programa trata de cultura y además de la literatura, todos los sábados a partir de la 1 p.m a 3 p.m. Es un programa bien coordinado, con secciones especializadas, invitados especiales y un concurso permanente sobre “El mejor final de la historia”. Se repite los domingos a las cinco de la tarde.
- **El Caribe Y Su Música.** Este programa converge varios géneros musicales pero en especial todo lo relacionado con el portentoso mundo latino, se trabajan temas de artistas de gran trayectoria, de diferentes épocas y de varias nacionalidades, con temas que fueron y serán siendo éxitos, todos Los Sábados A Partir 5 P.M A 7 P.M.
- **Balabas De Ayer Y Hoy.** Este programa trata de las mejores baladas y el pop en español para acompañar a cada uno de los oyentes en su diario vivir, de lunes a viernes de diez de la mañana a doce del mediodía.
- **Unisucré Sobre Ruedas.** Espacio pensado para los actores de la movilidad en el departamento de Sucre y la ciudad de Sincelejo, diariamente se informa a los oyentes sobre cómo va la movilidad, con la participación de invitados especiales, secretarios de tránsito, policía de carreteras, taxistas y mototaxistas que exponen sus puntos de vistas sobre la problemática que existe en el transporte en Sucre, también se tratan temas de interés general con interacción de los oyentes a través de nuestras líneas telefónicas y de Internet, lunes a partir de 9 a.m a 10 a.m y de martes a viernes de 8 a 9 de la mañana.
- **Después De La Siesta.** Programa dedicado al rock y las nuevas tendencias de la música Colombiana, noticias, temas de actualidad, cultura y mucha música converge en un mismo horario, historia de las bandas más reconocidas del mundo, estrenos y pedagogía acerca de los exponentes de dichos géneros musicales, lunes a Jueves a partir de las 3 p.m .
- **Mi Jaragual.** Programa integrado por cinco coleccionistas de música salsa bastante destacados en el ámbito salsero de Sucre todos de diferentes municipios: Corozal,

Majagual, Sincelejo y Magangue, el espacio más salsero de la radio en Sucre, todos los Domingos a partir de 1 p.m a 3 p.m.

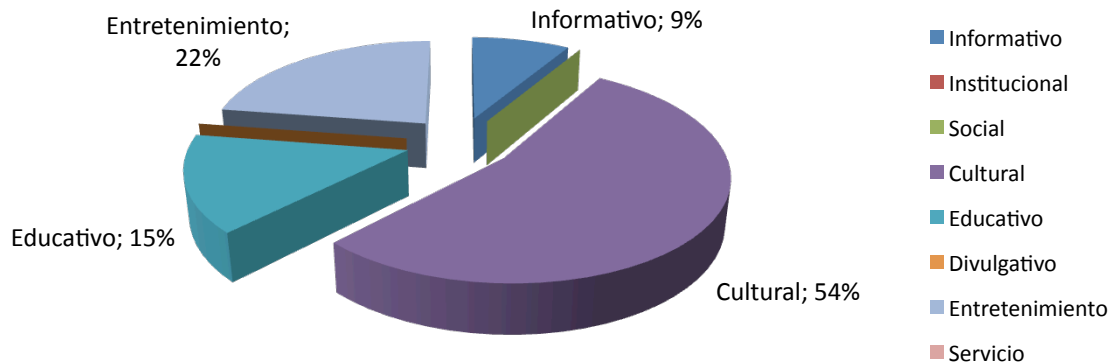
- **Espacio Unisucreño.** Programa con temas relacionados de la Universidad de Sucre en el cual se va a encontrar con secciones como la entrevista del día, voces unisucreñas por medio del cual los estudiantes de la universidad puedan participar, todos los miércoles a partir de las 9 a.m a 10 a.m.
- **El Universo De La Gaita.** La Gaita es un instrumento musical aerófono de la Costa Caribe colombiana de ancestro indígena, utilizado en diferentes ritmos musicales englobados en la denominación "música de gaita". Esta expresión cultural tiene su ventana en la radio, un verdadero espacio para promover las expresiones culturales de la identidad. El universo de la Gaita, es un programa radial de Unisucre 100.8 FM. El universo de la gaita, todo sobre nuestra música raizal gaitera, su música, su poesía, sus personajes y protagonistas, sus historias. Un programa pletórico de comentarios y entrevistas.

El **63%** de los espacios son **musicales**, mientras que el **37%** son **hablados**.



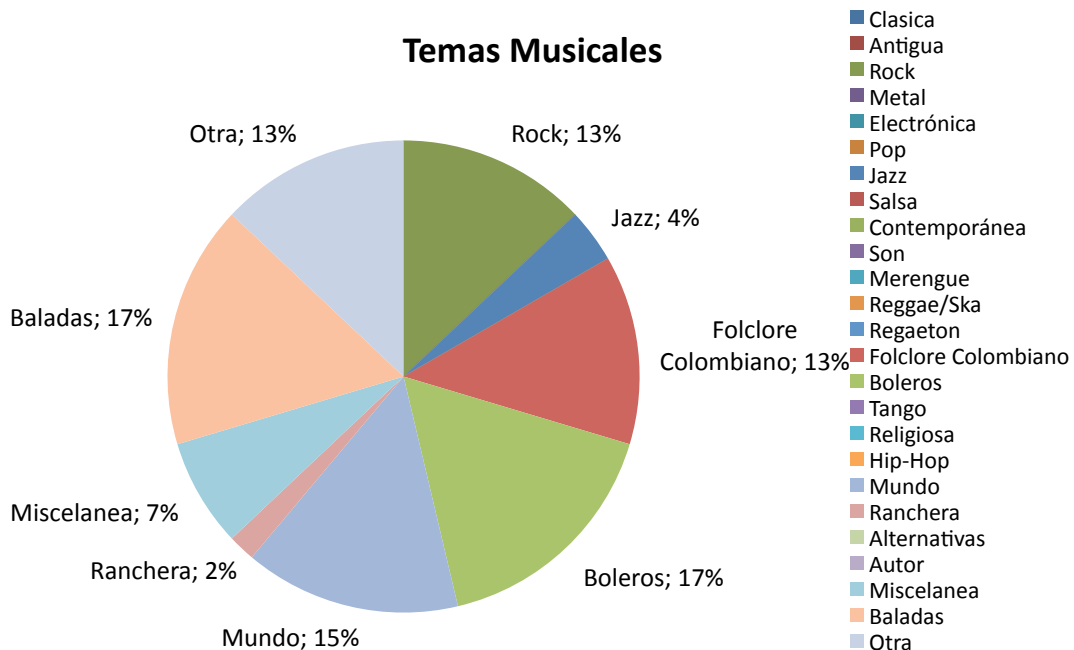
En cuanto a la finalidad de los espacios, el **54%** son de carácter **cultural**; el **22%** de **entretenimiento**; el **15%** son **educativos**; y el **9%** tienen finalidad **informativa**.

Finalidad del Programa



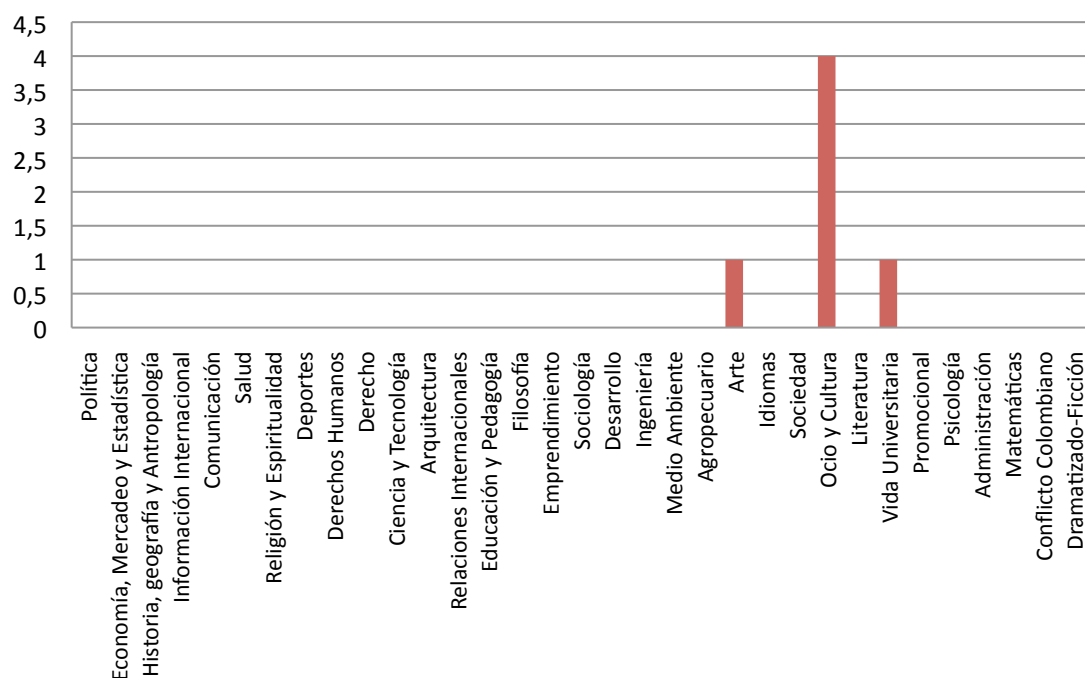
En cuanto a los estilos y géneros musicales, observamos que la distribución en franjas semanales hace que se represente un reparto con cierto equilibrio. Los más utilizados en la programación son las Baladas y los Boleros, con un 17% cada uno; Le sigue música del mundo, en especial música anglo, con un 15%; música colombiana y Rock en español tienen un 13%, cada una; músicas variadas y crossover un 7%; Jazz un 4%; Ranchera un 2% y otra, con un 13%, se compone de música de relax.

Temas Musicales



En todos los programas hablados se elaboran a partir de contenidos de tipo cultural y de ocio: información, agenda, reportajes, crónicas en todas sus variantes culturales. De la misma forma que los musicales, la programación se estructura en franjas semanales.

Temas Hablados



9.2.5.4. Distribución

La radio de la Universidad de Sucre es una emisora de Interés Público, que emite a través de la frecuencia 100.8 F.M. a una potencia de 5Kw. De forma paralela retransmite su señal por Internet a través de la página web <http://www.unisucrfm.co/>. Medio que únicamente cuenta con un reproductor. Su incursión en las redes sociales y herramientas digitales es incipiente.

Radio Frecuencia										
Licencia		Frecuencia	Emisor	Antena	Categoría de Cubrimiento			Área geográfica de Cubrimiento		Satélite
Interés Público		100.8 F.M.	Potencia	Altura	Zonal	Zonal Restringido	Local Restringido	Sucre y alrededores		No
			5 KW	260 Mts	X					
Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación	-	Propio	Externo	-	-	-	-	Sí	-
			X	-						

9.2.5.5. Difusión

A partir de los contenidos, la estructura de programación y del estilo de producción, podemos deducir que el Público Objetivo potencial está configurado por adultos y adultos mayores, donde se da un tratamiento elegante a los contenidos musicales. Melómanos que buscan una oferta cultural sonora. Su Público Objetivo son personas que entienden la historia de la región, su cultura, su idiosincrasia a partir de las manifestaciones musicales e información artística.

9.3. Región Amazonía

9.3.1. Universidad de la Amazonía: Radio Cultural Universidad de la Amazonía

Fechas de análisis: 8 de junio de 2014

La Universidad de la Amazonía es una institución pública de educación superior, que comenzó su actividad en 1971 como un instituto tecnológico seccional de la universidad Surcolombiana (institución del departamento vecino: Hila). En 1982 se transformaría en la Universidad de la Amazonía.

La misión de la institución es “contribuir especialmente en el desarrollo de la región amazónica, está comprometida con la formación integral de un talento humano idóneo para asumir los retos del tercer milenio a través de una educación de calidad, amplia y democrática, a nivel de pregrado, posgrado y continuada, que propicie su fundamentación científica, desarrolle sus competencias investigativas, estimule su vinculación en la solución de la problemática regional y nacional y consolide valores que promuevan la ética, la solidaridad, la convivencia y la justicia social”²⁶⁸.

En cuanto a sus objetivos:

- Formar los recursos humanos, técnicos, científicos y culturales indispensables para el desarrollo socio-económico, político y cultural de la región amazónica.
- Promover el conocimiento y la reafirmación de los valores de la nacionalidad colombiana, la expansión de las áreas de creación y goce de la cultura, y la conservación del patrimonio cultural del país.
- Fomentar la investigación con énfasis en el área amazónica, con miras a desarrollar el conocimiento científico, tecnológico y cultural, prioritariamente en aquellos campos del saber que posibiliten la transformación sustentable de los diversos sistemas naturales y culturales de su área de influencia.
- Desarrollar procesos de concertación y cooperación institucional que permitan intercambiar información, concertar acuerdos y entendimientos operativos y realizar esfuerzos de acciones armónicas de la respectiva cuenca amazónica.

²⁶⁸ Anexo A-EST-31

- Establecer mecanismos operativos que redunden en la preservación de un medio ambiente sano y fomentar la educación y la cultura ecológicas, para la conservación y la utilización de los recursos de la Amazonia.
- Promover la formación y consolidación de las comunidades académicas y la articulación con sus homólogas a nivel nacional e internacional.
- Propender por la integración de las poblaciones amazónicas al proceso nacional de desarrollo, preservando sus valores culturales y sociales, particularmente los de la población indígena como elemento social de la Amazonia.
- Producir conocimientos en el ámbito de lo educativo, y desarrollar procesos de innovación educativa.
- Contribuir al logro de mayores niveles de calidad educativa del país.
- Propiciar el desarrollo científico y tecnológico en las áreas de su competencia.
- Contribuir a la formación de ciudadanos a partir de una pedagogía y una práctica de la Constitución Política.
- Contribuir al desarrollo de la identidad del profesional de la Universidad de la Amazonia y a su valoración en el contexto social.
- Servir de medio para planear el equilibrio ecológico de la región y la preservación de las especies, a fin de que sirva como epicentro de consulta y coordinación para las entidades estatales y particulares que tengan a su cargo dichas funciones.

9.3.1.1. Variable Empresarial y Organizativa

La Universidad cuenta con 6 facultades: Ingeniería, Derecho y Ciencias Políticas, Ciencias de la Educación, Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, Ciencias Básicas y Ciencias Agropecuarias. Facultades que ofertan programas tecnológicos, profesionales, maestrías, especializaciones y doctorado.

La institución se estructura de la siguiente forma²⁶⁹: **Consejo Superior, Rectoría** (Secretaría General, Oficina de Planeación, Of. Control Interno, Of. Jurídica y Of. Relaciones Institucionales. Of. Gestión de Información y Comunicaciones); **Vicerrectoría Académica** (Facultades, División Bienestar Universitario, Departamento

²⁶⁹ Anexo A-ORG-28

de Extensión, División admisión y control interno y Departamento de Audiovisuales); **Vicerrectoría de Investigación y Postgrados y Vicerrectoría Administrativa.**

La emisora de radio pertenece al a Oficina de Gestión de Información y Comunicaciones, dependencia de Rectoría. El director de la Ofician es el mismo de la emisora de radio. La emisora de radio tiene una licencia de emisión de Interés Público. Se fundó en 1999 y transmite por la frecuencia 98.1 FM. Su objetivo es prologar el brazo divulgativo de la universidad en la región de la Amazonía²⁷⁰

Ficha Variable Empresarial					
Nombre Entidad		Carácter	Área Incidencia	Nº Emisoras	Licencia
Universidad del Amazonía		Público	Florencia – Caquetá	1	Interés Público
Adscripción	Rectoría	Rector	Ramsés Vargas Lamadrid	Unidad	Oficina de Gestión de Información y Comunicación
Director Radio	Jhon Fredy Díaz Cabrera – Director Oficina Gestión Información y Comunicaciones				
Nombre Emisora	Radio Universidad de la Amazonía				
Presupuesto	Financiación institucional				

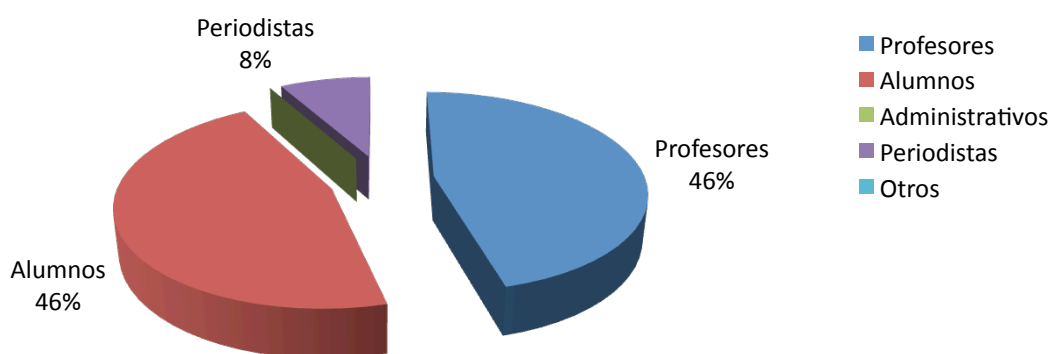
9.3.1.2. Productiva

Radio Universidad de la Amazonía está integrada por 61 personas²⁷¹, de las cuales el 46% son profesores, al igual que los alumnos, con un 46%. El 8% restantes son periodistas.

²⁷⁰ A-ENTR-49

²⁷¹ Anexo A-PROT-35

Perfiles del equipo de Producción



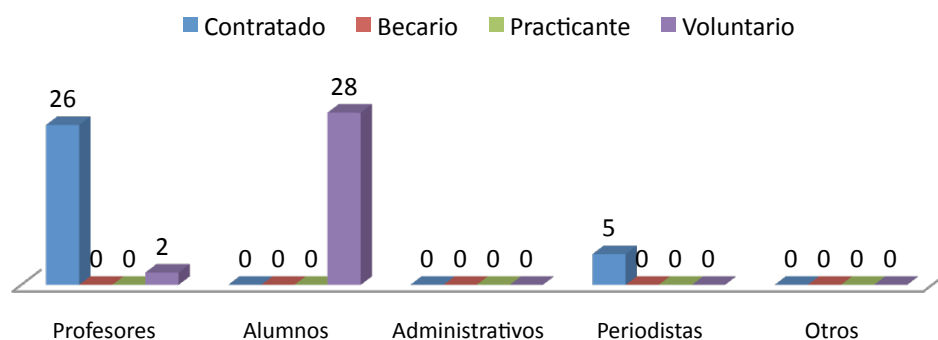
En cuanto al tipo de relación que se mantiene con la emisora, el 49% son voluntarios y el 51% contratados. Este último porcentaje debe ser matizado. Y es que un gran número de profesores tienen contrato laboral con la universidad, y cada programa académico aprueba la realización de producciones radiales mediante la asignación de horas a cargo de su nómina.

Tipo de Relación



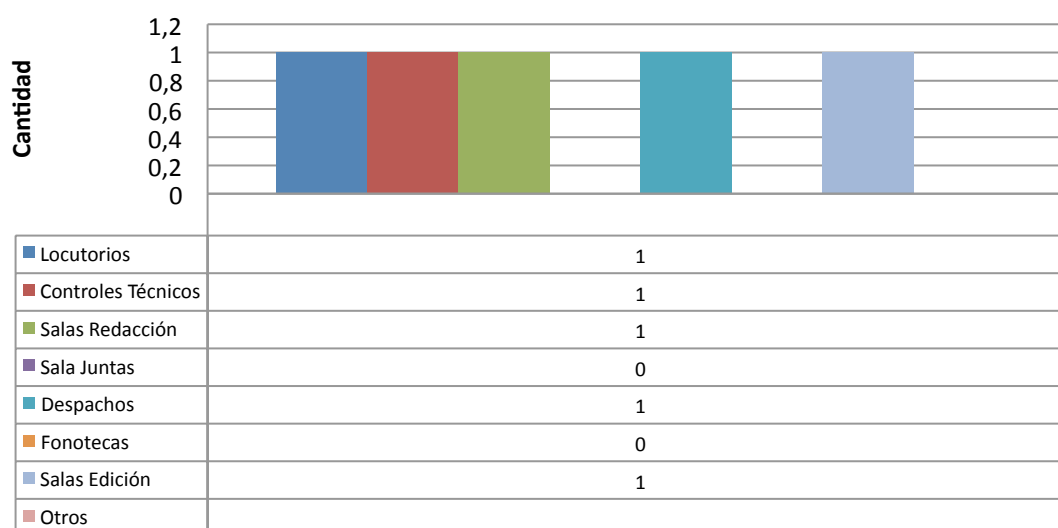
Por tanto, esa relación por perfil, queda configurada de la siguiente manera: de los 28 profesores, 26 destinan dentro de su planificación de actividades la realización de un programa en la emisora, con cargo a su actividad laboral; 2 lo hacen de forma voluntaria, sin cargo a su horario laboral. LA totalidad de los alumnos colaboran de forma voluntaria con la emisora. Lo periodistas, en su totalidad, están vinculados mediante contrato a la Oficina de Gestión de Información y Comunicaciones y a la Radio.

Relación por Perfil

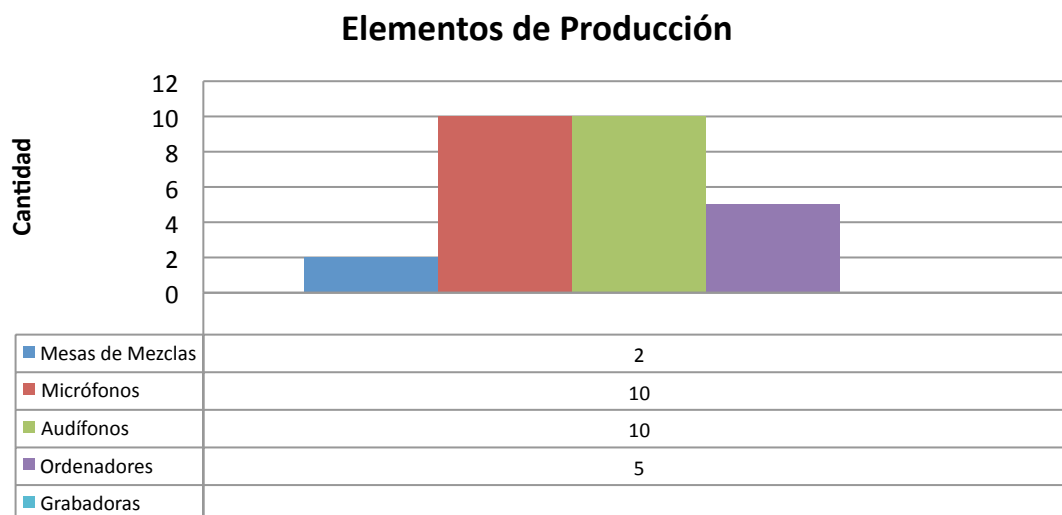


En cuanto a los espacios habilitados para la producción, Radio Universidad de la Amazonía cuenta con un locutorio, un control técnico, una sala de edición, una sala de redacción y un despacho.

Espacios de Producción



En lo referentes a los elementos de producción, la emisora cuenta con dos mesas de mezclas, 10 micrófonos, 10 audífonos, 5 ordenadores y 1 grabadora. Para la edición de audio, tienen el software gratuito Audacity. Para la gestión de contenidos sonoros emplean el Dinesat 8.



9.3.1.3. Programación y Contenidos

Radio Universidad de la Amazonía tiene una programación²⁷² de lunes a viernes y de fin de semana. Los contenidos se estructuran de una forma mixta, en la que se intercalan franjas musicales semanales, con bloques diarios.

La programación, al estar producida por profesores y alumnos, se rige por los periodos académicos.

Elementos de Programación y Contenidos						
Comité Programación	Manual de Estilo	Inducción	Monitoreo	Periodicidad Programación	Convenios Producción	Derechos Autor
Sí	Sí	No	Sí	Semestral	Sí	Sí

Los programas de la emisora son:

- **Administración financiera al aire.** Dirigido por la profesora Alexandra Forero del programa Administración Financiera
- **La Parábola.** Dirigido por la profesora Beatriz Tapiero del programa Licenciatura en Matemáticas y Física
- **Hablemos de la Universidad.** Dirigido por el Rector Leonidas Rico Martinez - programa de Rectoría

²⁷² Anexo A-PORG-36

- **Desde la Universidad.** Conversatorio en vivo: Jhon Fredy Diaz, Wuilmer Rua, Bernardo Ramirez, Andrea García
- **Paideia.** Dirigido por los docentes Gustavo Roncancio y Juan Antonio León del programa Licenciatura en Ciencias Sociales
- **Amazonia Campesina.** Dirigido por el ingeniero Bernardo Ramírez del programa Ingeniería Agroecológica
- **Crece Empresarial.** Dirigido por los docentes Julio Galeano y Fernando Penagos del programa Administración de Empresas
- **Esencias.** Dirigido por la ingeniera Claudia Jimenez del programa Ingeniería de Alimentos
- **De la Mano con las Víctimas.** Programa de la Unidad para la Atención y Reparación a las víctimas.
- **Voces Tributarias.** Dirigido por el docente John Jairo Restrepo Lizcano de la Maestría en Tributación
- **Atardecer Agroecológico.** Dirigido por los integrantes de la FEAC del programa Ingeniería Agroecológica
- **El Universo de la Química.** Dirigido por la profesora Yudy Lorena Silva del programa de Química.
- **Voces para la Infancia.** Dirigido por la profesora Edith Recalde España del programa Pedagogía Infantil.
- **Enfoque Regional.** Dirigido por el docente Gerardo Castrilón Artunduaga del programa de Contaduría Pública
- **Del Aula al Campo.** Dirigido por la profesora Beatriz Patiño del programa Medicina, Veterinaria y Zootecnia
- **Juventud en Sintonía.** Dirigido por la Comunidad Oasis de la Pastoral Universitaria
- **English Time.** Dirigido por los docentes Emerson Rangel y Eulises Córdoba del programa Licenciatura en Inglés
- **Voces Pedagógicas.** Dirigido por el docente José Luis Forero del Departamento de Pedagogía.
- **Rockola Universitaria.** Dirigido por Wuilmer Rua de Bienestar Universitario.
- **Uniamazonia TV.** Audio en vivo del programa de TV Institucional Uniamazonia, Región y Desarrollo

- **La Universidad y el desarrollo local.** Dirigido por el docente Huber Bustos del programa Contaduría Pública.
- **Radio Bemba.** Dirigido por el estudiante José Miguel Esterilla.
- **Ingeniería y Manigua.** Dirigido por el docente Geovanny Jurado del programa de Ingeniería de Alimentos.
- **Así suena mi país.** Dirigido por el docente Enoc Cediél Valencia del programa Licenciatura en Educación Artística.

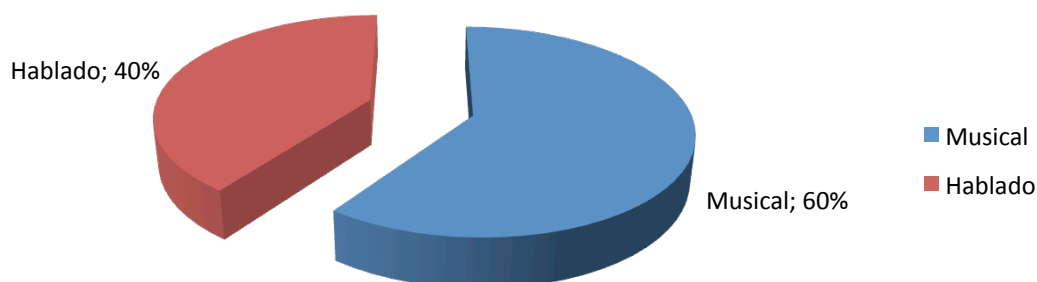
Los espacios musicales, tipo listas de reproducción son:

- **Balada.** Lista de reproducción temática.
- **Salsa.** Lista de reproducción temática.
- **Pop.** Lista de reproducción temática.
- **Bailable.** Lista de reproducción temática.
- **Crossover.** Lista de reproducción temática.
- **Música Colombiana.** Lista de reproducción temática.
- **Llanera.** Lista de reproducción temática.
- **El relax:** piano, clásica, instrumental y guitarra.
- **Llanera y Caqueteña.** Lista de reproducción temática.
- **Boleros.** Lista de reproducción temática.
- **Social.** Lista de reproducción temática.

Los programas²⁷³ de carácter hablado suponen un 40% de la programación, mientras que los programas musicales son de un 60%.

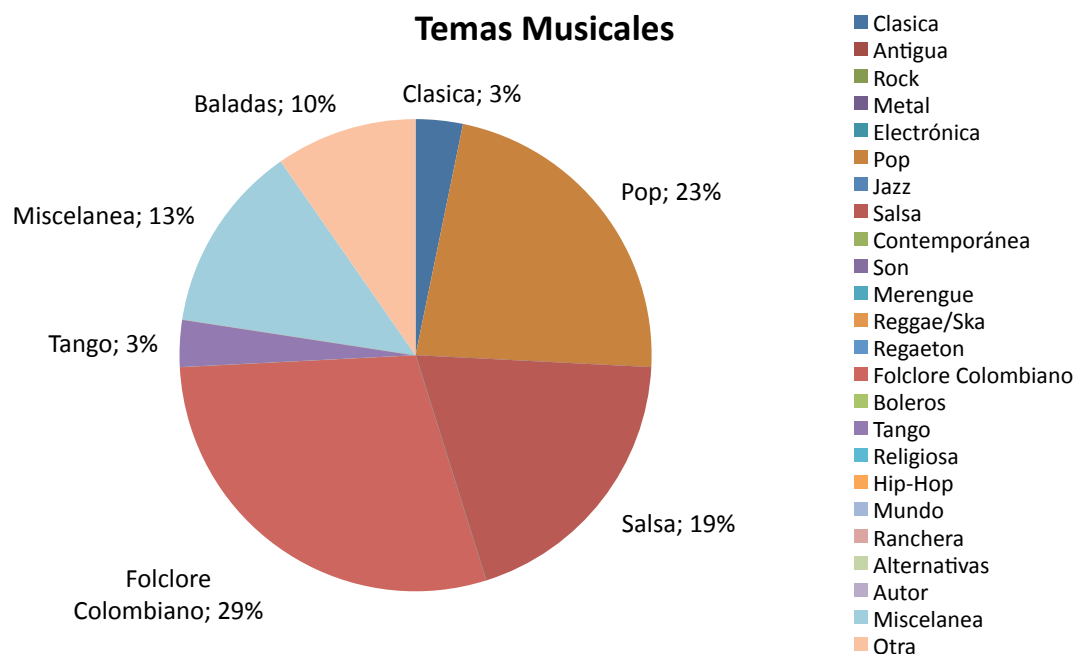
²⁷³ Anexo A-PROG-36

Tipo de Programa



En cuanto a la **finalidad de los programas**, vemos que el peso de los contenidos musicales es alto. Suponen un **60% de entretenimiento**. Son listas de reproducción donde no hay contexto (autor, intérprete, año, discográfica, etc.). De los programas hablados, el **25%** tiene una finalidad **divulgativa**. El grado de participación de los diferentes programas es muy alto: 13 programas producen contenidos. Algunos de ellos hasta 2 y 3 programas semanales. El **5%** son programas de corte **informativo**. El **3%** son espacios cuya finalidad es **cultural**. Con un **2%** cada uno, encontramos programas de **servicios** y **educativos**. Con un **1% institucionales**.

En cuanto a los temas musicales, el **29%** corresponde a **Folclore Colombiano**, seguido de música **Pop**, con un **23%** y **Salsa**, con un **19%**. Música **variada**, un **13%**. **Clásica** y **Tango** un **3%** cada una. Otro tipo de música (**bailable y baladas**) un **10%**.



Los contenidos más tratados tienen que ver con temas de Contaduría Pública, Administración y Tributación. Le siguen temas sobre el agro, zootecnia e ingeniería. Otro de los contenidos tratados en los programas tienen que ver con educación y pedagogía y ciencias sociales. También se tratan temas de desarrollo local y regional, así como de víctimas.



9.3.1.4. Distribución

Radio Universidad de la Amazonía²⁷⁴ es una emisora de Interés Público, por la frecuencia 98.1 FM, a una potencia de 10Kw. De forma paralela, retransmite su señal por Internet a través de la página web de la universidad <http://www.uniamazonia.edu.co/v10/index.php/servicios-de-informacion/radio-en-linea.html> Por este medio únicamente se encuentra el reproductor. También transmite por la aplicación Tunein.

Radio Frecuencia										
Licencia		Frecuencia	Emisor	Antena	Categoría de Cubrimiento			Área geográfica de Cubrimiento	Satélite	
Interés Público		98.1 F.M:	Potencia	Altura	Zonal	Zonal Restringido	Local Restringido	Florencia y Caquetá	No	
			10 KW	40 Mts						
Internet										
General		Software Emisión	Servidor		Reproductores	Podcast	Redes Sociales	APPS	Página Web	Web Cam
Bitrate	Codificación	winap	Propio	Externo		No	Facebook	Tunein	Sí	No
				X						

9.3.1.5. Difusión

A partir de la estructura de contenidos, de los temas tratados, de su sistema de producción y objetivos, podemos deducir que tiene un potencial Público Objetivo adulto, preocupado por cuestiones de desarrollo regional, basado en lo agro, y en un contexto administrativo y de contaduría. Una audiencia con gustos por el Folclore Colombiano, Baladas, Salsa y Pop. Por tanto, podría configurarse un Público Objetivo adulto, entre los estratos socio económico 3 y 5

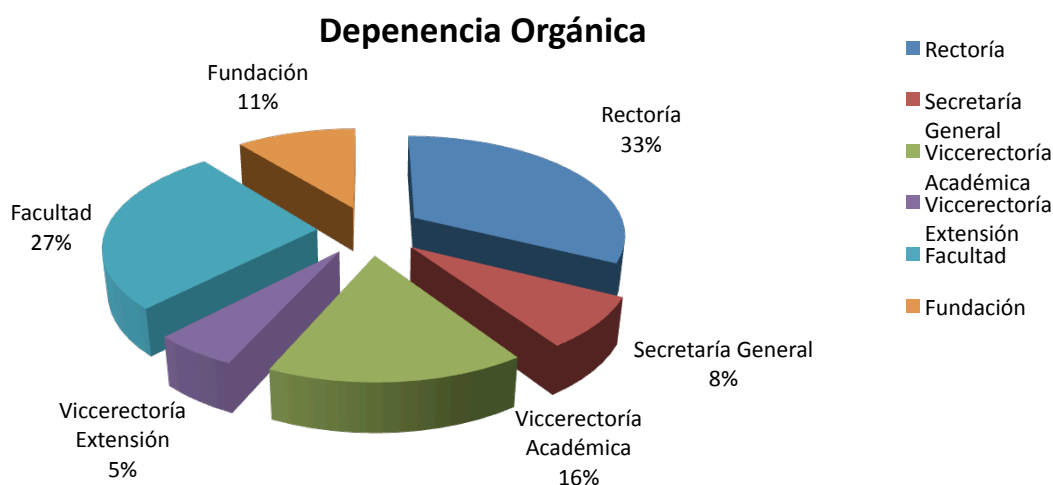
²⁷⁴ Anexo A-PROT-35

10. La Radio Universitaria en Colombia: panorama general

Tras el análisis individual de las radios universitarias, voy a exponer el estado general de las emisoras pertenecientes a las instituciones de educación superior de Colombia, a partir de las variables organización, producción y programación.

10.1. Organización

La radio universitaria colombiana se presenta de diversas formas y modos. En cuanto a su **organización**, como elemento estructural dependiente de una institución universitaria de educación superior, el **33%** de las radios están adscritas directamente a **Rectoría**; el **27%** dependen de las **Facultades**, en su mayoría, de Comunicación Social-Periodismo; el **16%** forman parte de **Vicerrectoría Académica**; el **11%** de las radios dependen de la **Fundación Universitaria**; el **8%** son de **Secretaría General**; y el **5%** se inscriben en la **Vicerrectoría** o unidad (depende de la estructura interna de cada universidad), de **Extensión Social** o Responsabilidad Social Universitaria.



Esta adscripción determina la función propia de la radio, su alcance y sus objetivos. Por tanto, podemos concluir que:

- **Rectoría.** El hecho de que pertenezca organizativamente a la máxima unidad de gobierno de la institución de educación superior (el Consejo de Universidades estaría por encima de la rectoría, pero funciona más como un ente regulador del quehacer universitario), hará que se oriente la función de la radio hacia criterios estratégicos, consistentes en posicionar a la universidad en dimensiones de

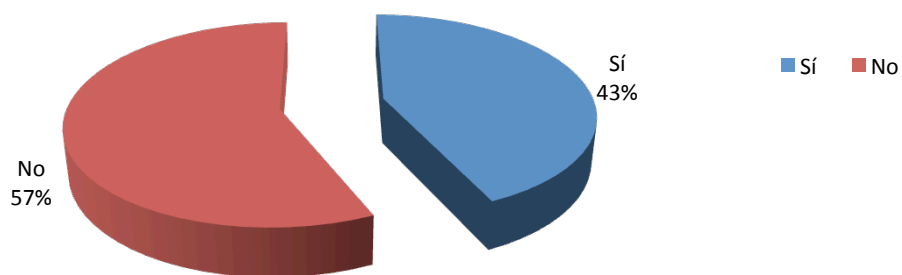
visibilidad, influencia social, reputación regional, nacional e internacional, etc. Por regla general las oficinas de comunicación dependen de rectoría, en las que se integran las emisoras de radio.

- **Secretaría General.** Esta es la unidad encargada de gestionar la información y la documentación de la propia universidad. Esta información suele generarse por los procesos administrativos de la institución en su propio quehacer interno, como por su interacción con los agentes externos a la misma. Esta función llega a mimetizarse en la radio universitaria, dándole un sesgo de medio de comunicación interna y externa.
- **Vicerrectoría Académica.** Esta unidad es la encargada de establecer las directrices y políticas de los proyectos y programas académicos de la institución de educación superior. Cuando la radio depende de esta unidad, tiende a utilizarse como un elemento de divulgación de la actividad intelectual, resultado de los procesos de generación del conocimiento y como una herramienta pedagógica.
- **Facultad.** Cuando la radio universitaria es un elemento estructural de una facultad, en este caso de las de Comunicación Social-Periodismo o de los departamentos de Comunicación de las Facultades de Ciencias Sociales o Ciencias Humanas y Artísticas, el medio de comunicación radiofónico se presenta como una herramienta formativa con la que complementar los procesos empíricos de sus alumnos, a la vez que se utilizan como semilleros de investigación, grupos de trabajo y laboratorios de experimentación sonora.
- **Extensión Social.** La radio, dependiente de la Vicerrectoría de Extensión o Unidad de Responsabilidad Social, tiene una concepción de servicio a la comunidad, de interacción con su entorno en aras de ofrecer, por medio de la comunicación, soluciones que mejoren la vida de la región.
- **Fundación.** Cuando pertenece a una división o proyecto de una Fundación Universitaria, el medio de comunicación tiene mayor autonomía administrativa y financiera, lo que le permite orientar su actividad a unas manifestaciones más amplias que las académicas y formativas. En el caso de las emisoras pertenecientes a Fundaciones, salvo el caso de Javeriana Estéreo (que tienen un vínculo muy estrecho con la academia), tienen una concepción de radio cultural con poca vinculación a la universidad (ejemplo HJUT y Radio Cóndor), o

manejan unos formatos más comerciales (Univalle Estéreo), pero sin perder su identidad como elemento universitario.

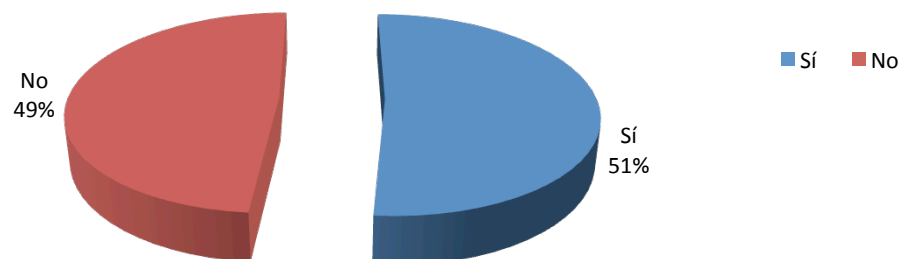
De esas emisoras, el **43%** pertenecen a las **oficinas de comunicación** de las universidades, frente al **57%** que **no se adscriben**. Ese porcentaje se debe a que un gran número de emisoras forman parte de las facultades y de las vicerrectorías académicas. Por lo tanto, no se concibe el papel de las radios como un elemento comunicativo estratégico de reputación de marca y visibilidad.

Pertenencia a Oficina de Comunicaciones



Sin embargo, el **51% de las radios**, en su caso, los directores de los medios de comunicación, sí participan en los comités de comunicación de la institución, frente a un **49% que no lo hace**. Si bien no se integran en las oficinas de comunicación, sí contribuyen al mejoramiento de las profesos comunicacionales a partir de su integración en los comités de las instituciones de educación superior.

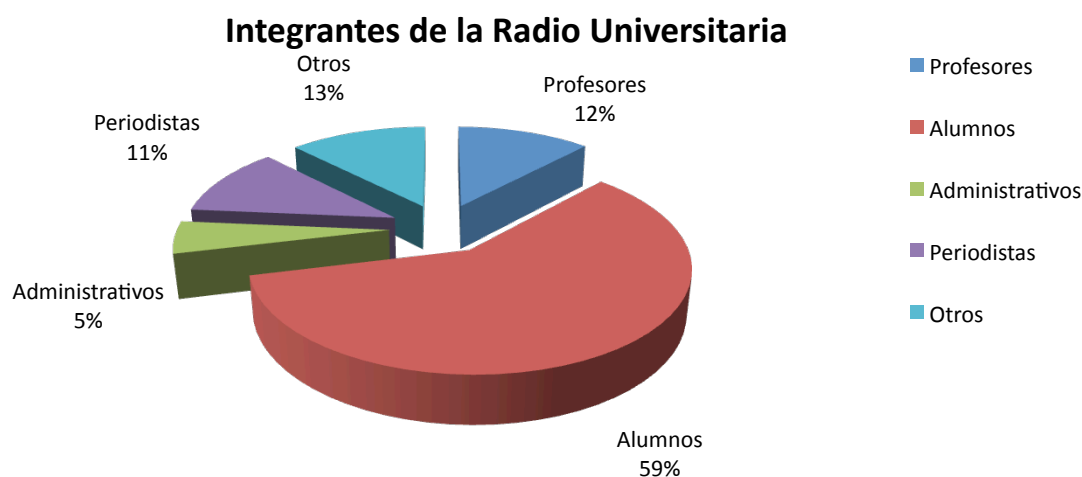
Participación en Comités de Comunicación Institucional



10.2. Producción

La segunda variable que hemos analizado en cada una de las radios universitarias de Colombia es la **estructura de producción**. ¿Cuántas personas integran las radios universitarias? ¿Qué tipo de perfil tienen? ¿Cómo es la relación de esos integrantes con la emisora? ¿Qué tipo de estructura se planifica en relación a los objetivos encomendados por la dimensión corporativa?

La radio universitaria está integrada por **alumnos** en un **59%**, por **docentes**, que representa el **12%** de la configuración productiva de las emisoras de radio universitarias; por **periodistas**, que son el **12%**; por personal **administrativo**, con un **5%**; mientras que **colaboradores externos** (otros), suponen el **13%** de los integrantes de las emisoras.



Por tanto, en un porcentaje total, el peso productivo de los alumnos es más de la mitad de los recursos humanos que necesitan las emisoras para funcionar, seguido de profesores, periodistas y administrativos. El 13% correspondiente a otros, son **personas externas** a la propia institución: colaboradores, realizadores externos, operadores de servicios, etc. Una radio universitaria debe estructurarse a partir de la integración armoniosa entre la comunidad universitaria y los agentes colaboradores externos. Pero, ¿qué tipo de vínculo mantienen los diferentes agentes que conforman las estructuras de producción?

Los Voluntarios, que suponen el **71%** de los integrantes de las radios universitarias, son personas que de forma libre y altruista colaboran en la emisora.

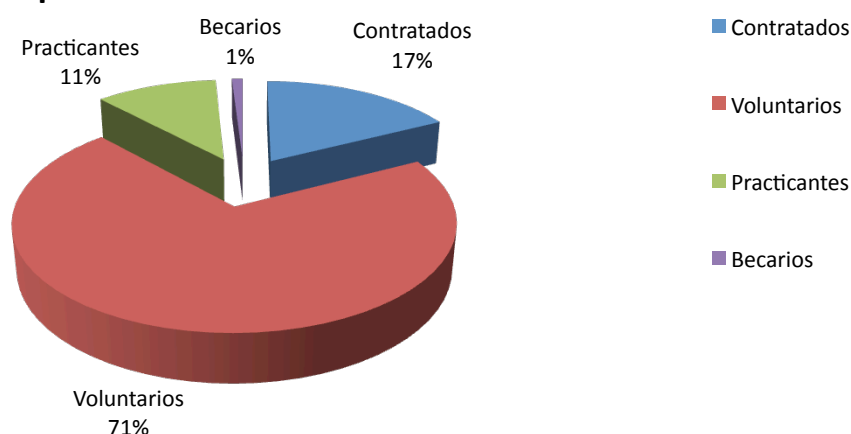
Las personas con **vínculos contractuales** son el **17%** de la radio. En este caso se da de tres formas:

- **Contratación directa** para desempeñar labores en la emisora. Es personal de planta.
- **Asignación horaria** específica para realizar actividades, como es el caso de los profesores, que realizan una distribución horaria semanal para docencia, investigación, tutorías, extensión y emisora.
- **Contrato por prestación de servicios** mediante el encargo de la producción de contenidos a personas ajenas a la planta de la emisora.

Becarios, que son el **1 %**, y suelen ser estudiantes que reciben una ayuda para desempeñar labores administrativas.

Practicantes, el **11%**, que, al igual que los becarios, son alumnos que deben realizar una actividad profesional como complemento o requisito de graduación o pos graduación.

Tipo de Relación con la Radio Universitaria



Pero, ¿qué vínculo tienen los diferentes perfiles que conforman las estructuras productivas?

Los profesores tienen dos tipos de relaciones: **contrato o voluntariado**. La relación contractual con el profesor se da en dos formas: cuando es un docente contratado principalmente para labores académicas, pero asigna un porcentaje de su carga horaria para la dirección de la emisora, o para la producción de contenidos; o cuando es contratado para trabajar en la emisora, pero destina parte de su carga en docencia. Mientras que el profesor voluntario colabora de forma altruista sin una asignación horaria semanal específica y oficial para realizar actividades en la emisora. De los dos tipos, **el más extendido es el de participación voluntaria**.

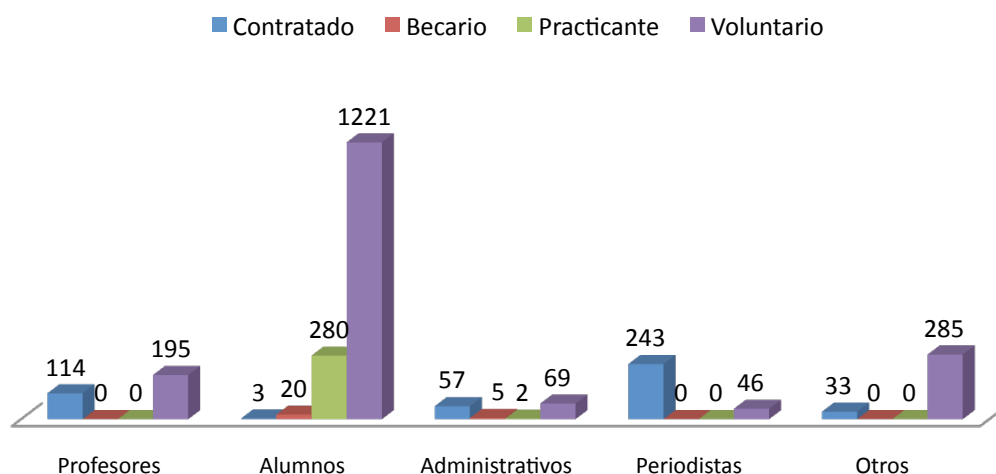
Los **alumnos** son la principal fuerza de trabajo de las radios universitarias. Participan 1524 alumnos, de los cuales 1221 mantienen una relación voluntaria, 280 tienen una vinculación de prácticas, 20 son alumnos becados y 3 son contratados (en este caso mediante proyectos de extensión). Los alumnos tienen múltiples perfiles académicos.

En cuanto al **personal administrativo**, el que es personal contratado se centran a la realización de tareas administrativas propias del funcionamiento de la emisora; mientras que los que son voluntarios realizan tareas de producción de contenidos: es personal administrativo de la universidad que realiza algún tipo de programa. El personal administrativo becario o practicante, son estudiantes de administración que realizan sus pasantías o reciben algún tipo de ayuda al estudio para realizar tareas de apoyo.

Por su parte, **los periodistas** son contratados o voluntarios. Es más habitual el primer caso. Encontramos periodistas de planta de la emisora, o periodistas adscritos a la oficina de comunicaciones de la universidad, pero que también tienen asignación de responsabilidades en la radio. Los voluntarios son periodistas que contribuyen libremente a la producción de contenidos. Suelen producir y realizar unidades programáticas de su interés (musicales, culturales, etc.)

La radio universitaria es un medio que también se conforma por **personal de otro perfil o externo** a la institución. Los contratados suelen ser tecnólogos, operarios de transmisión, personal de mantenimientos y seguridad, que prestan un servicio a la emisora de radio. Mientras que los voluntarios son profesionales de otras áreas ajenas a la emisora, que contribuyen con su trabajo libre y desinteresado a la producción de contenidos.

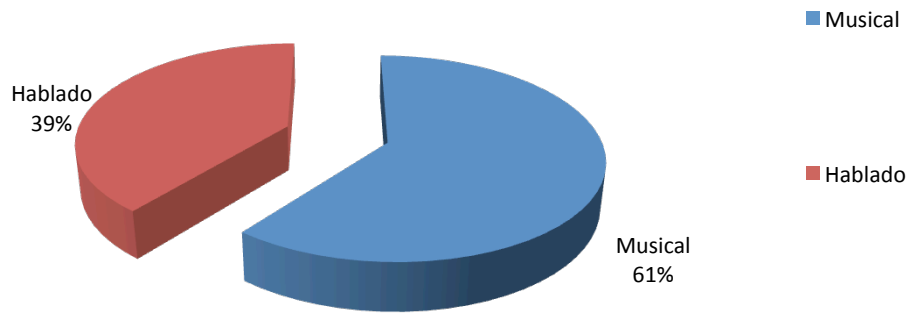
Tipo de Relación por Perfil



10.3. Programación

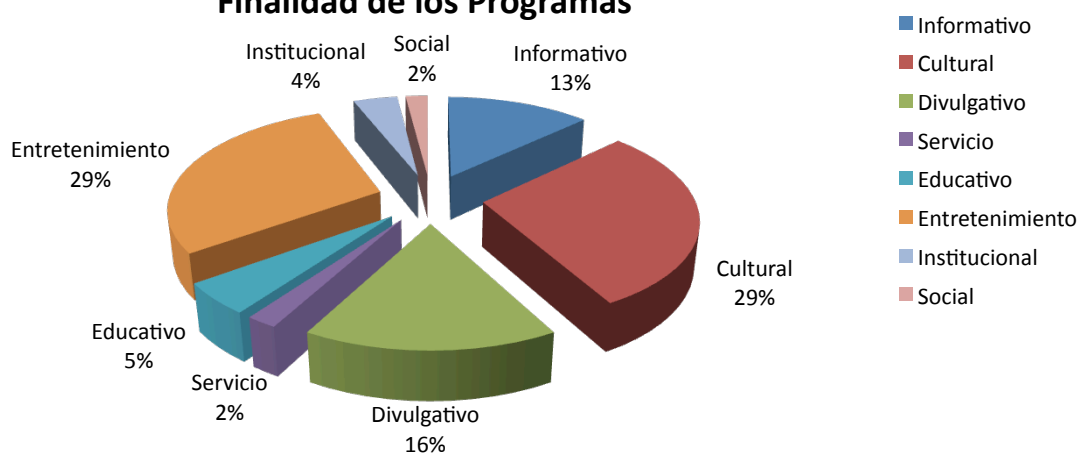
La programación de las radios universitarias tiene una característica que la define como elemento consustancial de una institución universitaria: la variedad de temáticas. El concepto de Universalidad se manifiesta por la gran variedad de contenidos articulados en programaciones de lunes a viernes y de sábado a domingo, a partir de una estructura **mixta (85% de los casos)**, frente a una programación estructurada en **franja semanales (en un 15%)**. El peso de los espacios programáticos es de un **61%** de contenidos **musicales** frente a un **39%** de contenidos **hablados**.

Tipología de Espacio Programático



Las finalidades de los espacios programáticos son, en un **29% cultural** y de **entretenimiento**, respectivamente; **divulgativa** en un **16%**, **informativa** en un **13%**, **educativa** en un **5%**, **Institucional** con un **4%**, y **social** y de **servicio** con un **2%**, cada una.

Finalidad de los Programas



Los **programas culturales** se producen a partir de **contenidos musicales y hablados**. Los musicales se dan en espacios programáticos en los que se presentan obras en contexto (autor, año, género, idiosincrasia). Los géneros y estilos musicales que imperan son: **folclore colombiano** y **músicas del mundo** (con mucha presencia de estilos latinoamericanos), destinados a **promocionar la identidad como nación a partir de la riqueza sonora regional**. En cuanto a los hablados, se formulan como unidades programáticas destinadas al ocio y la cultura, a la literatura y al arte.

Por su parte, los espacios de **entretenimiento** son franjas o bloques musicales sin presentación o contexto: listas de reproducción musical variadas o temáticas. Ocupan un gran porcentaje de la programación por los ciclos productivos: media mañana y espacios

de la noche. También encontramos espacios de entretenimiento en programas hablados, tipo magazines, en los que se tratan temas de sociedad, vida universitaria y ocio.

Los espacios de **divulgación** se dan mediante la articulación de la academia con la emisora. Son unidades de contenidos en las que los programas académicos de la universidad vinculan su cuerpo docente e investigativo a la producción de contenidos de carácter académicos, con la finalidad de dar a conocer sus actividades y buscar una aplicación práctica del conocimiento generado en la universidad en la coyuntura local, nacional o internacional. En el caso de la radio universitaria colombiana, los contenidos más usuales son la ciencia y tecnología, la ingeniería, las ciencias agropecuarias, el medio ambiente y la educación y pedagogía.

Los de carácter **informativo** se estructura mediante unidades de contenido. Estos suelen ser programas de actualidad cultural y universitaria, en su mayoría, o programas noticiosos, pero producido por emisoras externas. La radio universitaria Colombia acoge en su programación contenidos de Radio Francia Internacional, Voz de América, Radio Exterior de España. Siendo la primera la que más presencia tiene.

Los espacios **educativos**, respecto a los culturales, de entretenimiento, divulgativos e informativos, apenas representan un 5% de la programación. Por tanto, podemos afirmar que el fin educativo no es su objetivo principal de las emisoras universitarias. Ahora bien, debemos matizar, pues educación es cualquier proceso por el cual una persona se forma y crece en conocimientos aplicables a la vida. Por tanto, todo es susceptible de ser educativo. En este caso, cuando hablamos de educativo, nos referimos a la radio universitaria como diseñadora de una serie de contenidos desde dimensiones pedagógicas para transmitir un conocimiento de forma estructurada. La única emisora que cumple este criterio formalmente es Radio UNAD, pues emplea la emisora como una herramienta pedagógica y curricular. El resto de emisoras tienen unidades programáticas, pero con poco peso respecto al resto de contenidos.

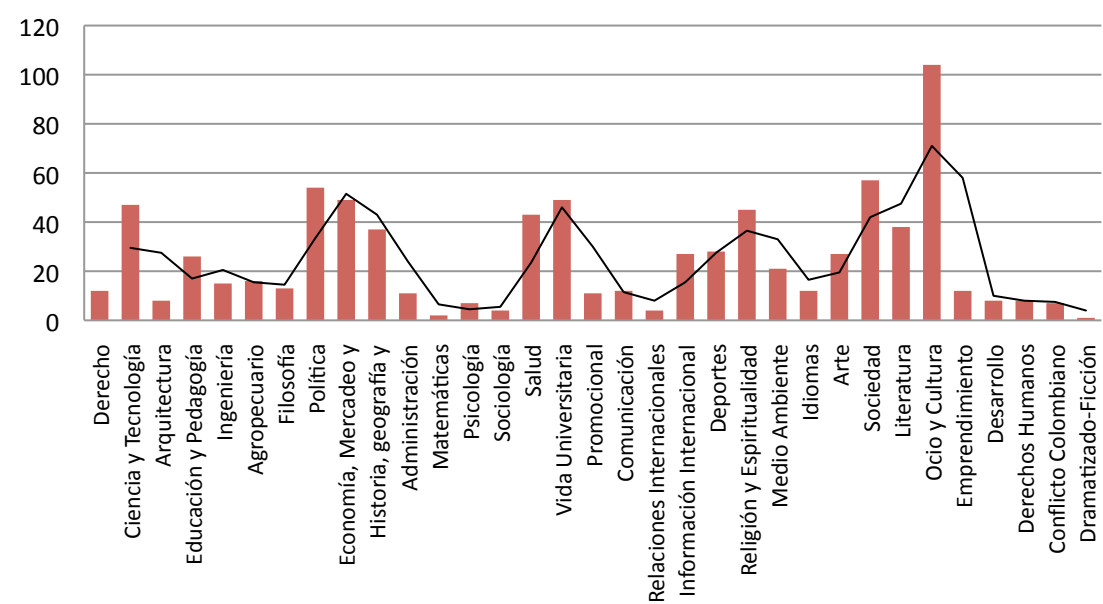
Por su parte, los espacios **institucionales** no tienen una gran presencia en las programaciones universitarias. Lo más habitual es encontrar programas del Rector, de las oficinas de Bienestar Universitario, etc.

En cuanto a los programas **sociales**, la radio universitaria apuesta muy poco por contenidos destinados a promover el cambio de arquetipos y paradigmas sociales. Los

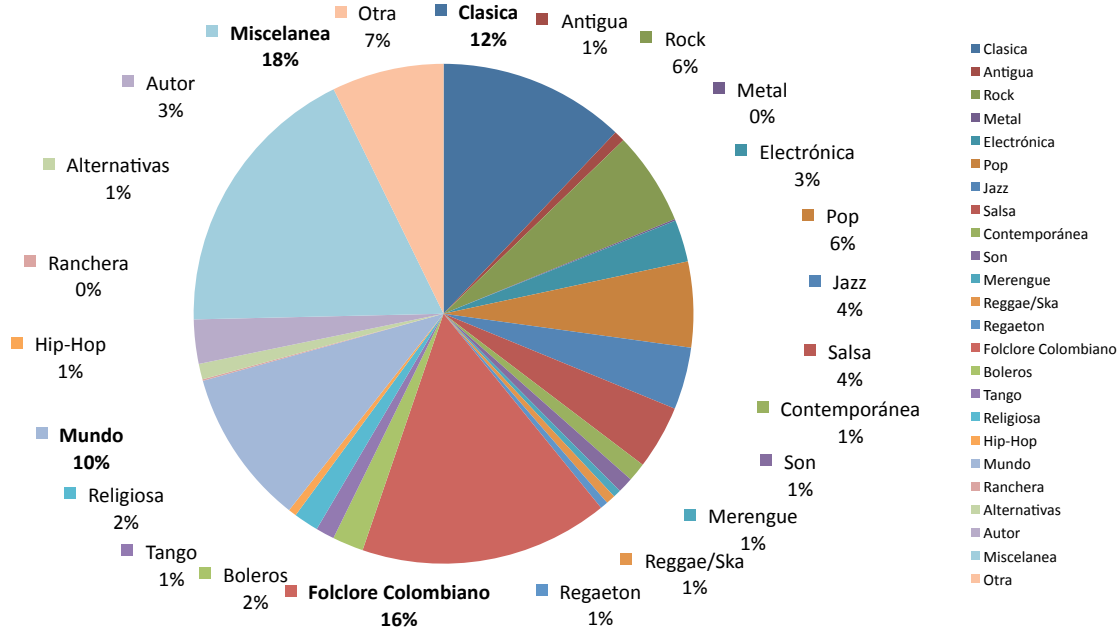
espacios centrados en hablar sobre identidades sexuales, colectivos sindicales, minorías étnicas y culturales son, prácticamente, excluidos de las programaciones.

Lo mismo ocurre con los espacios destinados a **servicios**. Apenas encontramos en tres emisoras unidades programáticas que se enfoquen en brindar ayuda a la audiencia. Los que existen se centran en salud (medicina, odontología, psicología) y en educación.

Temas y Contenidos



Temas Musicales



CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES

11. Conclusiones

En relación a la estructura organizativa, podemos concluir que:

- Una radio universitaria es un medio de comunicación adscrito orgánicamente a una institución de educación superior.
- El vínculo o dependencia orgánica marcará la impronta general de la radio universitaria.
- Priorizará su función social y su alcance, respecto a los múltiples objetivos que puede tener. Eso no significa que una radio no conciba diferentes objetivos, pero sí imperará uno sobre el resto. No olvidemos que una radio universitaria refleja la universalidad del conocimiento (en la docencia, la investigación y la extensión), en sus objetivos y, por ende, en sus programaciones. De forma que hay radios universitarias pertenecientes a facultades, que tendrán un objetivo formativo sobre los estudiantes de comunicación, pero también tendrán unos propósitos de divulgar la cultura y el conocimiento.
- La comunicación, a pesar de ser un elemento estructural y estratégico de las organizaciones, no integra, así sea mediante la participación en comités, al medio de comunicación radiofónico.
- El ejercicio de elaborar y definir la planificación de la actividad comunicativa no se elabora desde la dimensión estratégica. Es una acción realizada desde la propia dimensión táctica.

En relación a la estructura productiva, podemos concluir que:

- Al tratarse de una institución con una visión universal del conocimiento y del mundo, esa universalidad debe integrarse en la propia estructura de producción de la emisora: profesores, alumnos y profesionales de múltiples disciplinas.
- Las radios universitarias se sustentan por el voluntarismo de sus integrantes.
- No existen mecanismos formales en la vinculación de los docentes en la estructura productiva de la emisora.

- Los alumnos son el principal elemento productivo de la emisora.
- No existen protocolos formativos en cuanto a la producción de contenidos: redacción, guion y realización radial.

En relación a la estructura de programación, podemos concluir que:

- Las programaciones articulan los contenidos por medios de estructuras mixtas, en las que se combinan franjas musicales con programas tipo mosaico, a causa de la propia naturaleza de la Institución de Educación Superior. La radio debe dar cuenta de un universo de contenidos.
- Este universo de contenidos hace que se manejen Públicos Objetivos diferentes. De forma que no se articulan las parrillas de programación mediante pautas de consumo de arrastre. Un contenido que se dirige a un tipo de persona, no tiene por qué interesar al que le precede. Sin embargo, se procura crear curvas lógicas de transición entre unos contenidos y otros. En este caso la música juega un papel fundamental.
- Si bien manejan Públicos Objetivos Diferentes, a partir de la analogía de Universalidad de Otto Grott, podemos afirmar que son perfiles de audiencia que no se ven afectados por el conflicto armado, la pobreza ni el analfabetismo. Por tanto, son públicos que tienen cubiertas sus necesidades fisiológicas y de seguridad y buscan cubrir una serie de necesidades de tipo afiliación, reconocimiento y autorrealización. Esto es, de la mita superior de la Pirámide de Maslow.
- Las radios universitarias, como industrias de la conducta, enfocan sus mensajes a una minoría de la población colombiana.
- El objetivo de las emisoras que emiten por radio frecuencia es divulgar la ciencia y el conocimiento y difundir la cultura; y de las emisoras Web es formar y propiciar el desarrollo empírico de los estudiantes.
- La radio universitaria ha encontrado en la música su sello de identidad, como medio de comunicación y como estandarte de un pueblo rico y variado. Se busca por medio de la música latinoamericana, una identidad como continente; y por medio de la música del pacífico, de los llanos orientales, de la música andina y de la música del caribe, la exaltación de una nación que ha ido tejiendo su identidad.

12. Verificación de hipótesis

La universidad es un elemento estructural del sistema social que establece criterios funcionales a partir de la docencia, con la capacitación de roles; de la investigación, con la generación de conocimiento, ya sea técnico, científico o humanístico; y de la extensión social, mediante la interrelación con las diferentes estructuras. Interacción que genera nuevas características, no inherentes a ninguno de los elementos del sistema y del subsistema y que en Colombia, desde 1933, se ha venido realizando, entre otros elementos, por medio de las radios universitarias.

Pero hablar de radio universitaria es hablar de múltiples identidades: desde la legislación, la función social, misión y visión institucional, la idiosincrasia regional en la que se enmarca la fundación y desarrollo de la universidad, desde la dependencia orgánica de la radio, etc. No podemos hablar de una radio universitaria, pues existen diferentes manifestaciones de una misma actividad.

La resolución que reglamenta la actividad radiofónica tipifica estos medios como emisoras de **Interés Público**, en subcategoría **Radios Educativas Universitarias**. Sin embargo, encontramos radios pertenecientes a universidades privadas con licencias Comerciales, o sin licencia, como es el caso de las radios concebidas desde la Web. El quehacer supera la reglamentación. Por tanto, esa tipificación normativa, permite que las radios universitarias se organicen y funcionen de formas diferentes.

Las radios universitarias se mimetizan con las funciones sociales de las instituciones de educación superior. Esto es: docencia, investigación y extensión social. Estos medios de comunicación combinan, a partir de una cosmovisión del conocimiento, unas estructuras de programación con diferentes grados de funcionalidad: formación, divulgación y extensión (cultural, educativa y política), que cada radio universitaria asume, en aparente armonía, con la identidad de la universidad. Y, por ende, el proyecto mediático refleja la ética institucional: sus modos y formas de entender su papel en la sociedad: universidades populares, elitistas; universidades laicas, confesionales, etc.

Sin embargo, si bien todas las universidades comparten la idea de contribuir al desarrollo local, regional y nacional del país, la mayoría de las radios basan su ejercicio comunicativo en la influencia de las élites políticas, académicas, artísticas y empresariales, y no en las bases sociales. **Se plantea un despotismo ilustrado: todo para el pueblo, pero sin el pueblo.** Hecho que contradice los fundamentos misionales

de las universidades, en las que se busca la generación y divulgación mutua del conocimiento (universidad-sociedad). Por lo tanto, se produce una incoherencia doble entre la dimensión Estratégica (corporativa) y la dimensión Táctica (productiva). Igualmente, podemos afirmar que, si bien sí se dan de forma tácita unas líneas maestras entre la universidad y la radio, como consecuencia de un **proceso mimético, no existe un ejercicio de planificación** en el que se definan los alcances (a quién y de qué forma nos dirigimos), los recursos financieros (es rara la existencia de partidas presupuestarias específicas con cargo a las emisoras) y los humanos (existe una alta dependencia de los voluntarios), los tiempos (interrupciones de programaciones por calendarios académicos) y los beneficios alcanzables (la institución no los prioriza). Por consiguiente, se confirma la hipótesis **“no hay implementada una articulación estratégica entre la institución de educación superior y el medio de comunicación universitario”**.

Esta planificación, por el contrario, se produce desde la emisora. Es una actividad realizada por directores con diferentes perfiles profesionales: historiadores, administradores, periodistas, músicos, ingenieros, abogados, etc. que deben determinar la configuración del medio y los recursos necesarios, deben identificar los beneficios y definir el Público Objetivo al que se quieren dirigir; han de gestionar la dimensión académica, formativa y administrativa del medio.

Durante el proceso de recogida de información, así como del análisis, obtuvimos una serie de evidencias que confirmar la hipótesis **“la dirección de las radios universitarias es una actividad desarrollada a partir de la experiencia y de la intuición de cada director, basada en el ensayo y error, debido a una ausencia de criterios o preceptos metodológicos”**: durante las entrevistas, los directores afirmaban que eran proyectos de larga maduración, en los que fueron aprendiendo a medida que implementaban la radio. Otro elemento destacable, es que gran parte de la información solicitada no estaba disponible, pues hasta entonces no habían realizado el ejercicio de sistematizarla: número de personas involucradas en la emisora, tipo de perfil de los integrantes, vínculos, descripción de los programas emitidos, etc. Incluso, a la hora de preguntar por el perfil del Público Objetivo que asociaban a su emisora, no sabían definir con claridad. Y es esa misma actividad directiva la que se encarga de definir los contenidos y su estructura, con los públicos objetivos a los que se quieren dirigir.

También evidenciamos que la lógica que hemos expuesto durante el marco teórico, en la que el primer proceso es identificar las estructuras de necesidades del segmento social sobre el que queremos influenciar, no se cumple. Lo primero que se realiza es adecuar una serie de conocimientos y acontecimientos que surgen del seno de las universidades en las parrillas de programación, para luego intentar adecuarlos a un tipo de público objetivo. De forma que se llega a un punto en el que **los contenidos programáticos son los que configuran el Público Objetivo**, y no al revés. Por tanto, confirmamos la hipótesis “**no existe una correlación clara en la conformación de las estructuras de contenidos y las estructuras de necesidades de los públicos objetivos de las radios universitarias**”

13. Futuras líneas de investigación

Esta investigación crea un precedente para continuar estudiando una realidad como es la radio universitaria. Es el primer paso con el que se inicia un rumbo de estudio que transitará por un camino que, necesariamente, se encontrará con cruces que, a su vez, abrirán nuevas rutas.

El análisis de la radio como un subsistema perteneciente a un sistema superior, como es la universidad, desde la concepción de sus estructuras organizativas, productivas y de programación, con las que crear una dirección de medios, nos permite formular nuevas cuestiones de análisis:

- ¿Cómo se ejerce el periodismo en las radios universitarias?
- ¿Cómo se elaboran los contenidos informativos, qué valor interpretativo se les da y a partir de qué estructuras dialécticas se construyen?
- ¿Cómo se ejerce la libertad informativa en las radios universitarias?
- ¿Cómo se aplican los códigos éticos y deontológicos en las radios universitarias, al estructurarse mediante perfiles profesionales y roles laborales tan distintos?
- ¿En qué medida las radios universitarias se presentan como una alternativa mediática?
- ¿Cuál es el tipo de competencia que puede existir entre las radios universitarias, las radios comunitarias y las radios comerciales?
- ¿Las radios universitarias se ven afectadas por la politización académica?

- ¿Cómo se articulan las políticas públicas en fomento de la industria cultural con las radios universitarias?
- Narrativas experimentales y laboratorios sonoros a través de las radios universitarias.

CAPÍTULO VII

PROPUESTA

14. Conceptualización y recomendaciones para la dirección de Radios Universitarias

Este epígrafe pretende ofrecer una serie de recomendaciones fruto de un proceso de teorización y práctica de la dirección de medios de comunicación universitarios radiofónicos. Este corpus se fundamenta en:

1. Un recorrido empírico en el diseño y la dirección de radios universitarias y comerciales.
2. Un proceso de investigación sobre la radios universitaria en Colombia, a partir de análisis de las estructuras de gestión, producción y programación.

Por lo tanto, esta propuesta no es más que un punto de partida (académico y profesional) de lo que es un medio de comunicación radiofónico universitario. Nos enfrentamos a una realidad en constante cambio, en la que se generan un sinnúmero de interrelaciones que nos obligarán a revistar toda propuesta teórica. De la misma forma, y al tratarse de las conclusiones de una investigación, no se hace sino abrir nuevas perspectivas, todavía por desarrollar.

14.1. Concepción del medio

Una radio universitaria es un subsistema dependiente de un sistema superior, en este caso una Institución de Educación Superior. Este medio se configura a partir de dos estructuras: la estructura formal y la estructura funcional.

14.1.1. Estructura Formal

Son todos aquellos elementos que configuran el modo, el estilo y el aspecto de la radio universitaria frente al resto de sistemas y subsistemas con los que interactúa. La estructura formal determina el procedimiento con el que el medio de comunicación lleva a cabo su actividad. Ésta se compone de los siguientes elementos:

- **Marco normativo.** Toda actividad comunicativa tiende a normalizarse. En Colombia se hace a partir de:

- **Artículos 20 y 75 de la Constitución Política de 1991.** Atinentes al derecho a la información, la responsabilidad social, la libertad de fundar medios, la prohibición de censura y la gestión y control del espectro.
- **Ley 1341 de 2009.** “...Determina el marco general para la formulación de las políticas públicas que regirán el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones...”
- **Resolución 415 de 2010.** “...Tiene por objeto expedir el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora que desarrolla los alcances, objetivos, fines y principios de dicho servicio público; las condiciones para su prestación; los derechos y obligaciones de los proveedores; los criterios para la organización, encadenamiento y concesión del servicio, así como su clasificación y las condiciones de cubrimiento del mismo.”
- **Artículo 01 de la Ley 80 de 1993.** Estableció el procedimiento objetivo para la adjudicación de los servicios de radiodifusión.

En Colombia, el artículo 16 de la Resolución 415 de 2010, clasifica el servicio de radiodifusión sonora “en función de la gestión del servicio, la orientación de su programación, el área de cubrimiento autorizada y la tecnología de transmisión utilizada”, haciendo tres grandes categorías: emisoras de Interés Público, Comerciales y Comunitarias. La legislación tipifica las radios universitarias como emisoras de **Interés Público, Educativas Universitarias**. Sin embargo también se pueden concebir emisoras universitarias a partir de una licencia Comerciales e, incluso, Comunitarias. O bien desde plataformas nativas digitales, con lo que no necesitaría licencia de emisión.

- **La identidad de la institución.** La universidad es el segundo elemento que orienta el estilo del medio de comunicación. Puesto que toda institución se crea

para alcanzar una serie de objetivos, a partir de unos principios misionales, la radio universitaria deberá mimetizarse con la línea editorial de la institución de educación superior.

- **Público Objetivo.** La radio universitaria pertenece a la industria cultural, informativa y, por lo tanto, de la conducta. El modo en el que nos dirigimos a nuestro Público Objetivo determinará la ética y estética de los contenidos. Contenidos que deben ir en armonía con la identidad de la institución.

14.1.2. Estructura Funcional

Se compone de todos aquellos elementos que, mediante su articulación, permiten el propio ejercicio de la actividad comunicativa radiofónica. Estos elementos son:

- **Organización.** Toda estructura requiere un orden que le permita subsistir y establecer relaciones de interrelación. Por lo tanto, la organización, por definición, se basa en una serie de elementos armónicos con los que coordinar sus funciones y acciones. Elementos que se representan a partir de la dimensión **Corporativa o Estratégica** y de la dimensión **Productiva o Táctica**. La primera hace referencia a la dependencia última de gestión de la entidad. En el caso de la universidad es la rectoría o la facultad de comunicación, sin bien se delega o traslada a otras instancias como Vicerrectorías o Fundaciones. El segundo hace referencia al medio de comunicación y al director, en particular.
- **Producción.** Es el conjunto de unidades articuladas en la dimensión productiva (táctica) que, mediante un proceso intelectual y de manufacturación generan una serie de **contenidos** (Acontecimiento), a partir de la identidad, los principios éticos y morales, así como las estructuras de necesidades e intereses del Público Objetivo sobre el que se quiere influir; y de la **Forma** (Interpretación) que se da a ese contenido, a partir de su ubicación temporal según las pautas de consumo del Público Objetivo y según su importancia mediante un proceso de categorización.
- **Programación.** Es la articulación de contenidos que, a partir de un proceso de mimesis estructural, representa la dinamicidad del sistema en un orden temporal y espacial con el que se busca el mayor grado de difusión de los mensajes producidos, durante el mayor tiempo posible, sobre el Público Objetivo en el que queramos influir.

14.2. Dimensión Estratégica: planeación del medio

La institución corporativa es la encargada de definir la estrategia y de elaborar la planificación del medio de comunicación (dimensión productiva o táctica). Según la concepción de la radio, divulgativa o de extensión, o formativa, el ente corporativo debe ser rectoría o facultad.

14.2.1. Objetivos y beneficios

La entidad corporativa fija el término que motiva las acciones que desarrolla el medio de comunicación. Estos objetivos se deben ser:

- **Focales.** Los objetivos deben proyectarse sobre la realidad en la que se quiere incidir.
- **Coherentes.** Los objetivos deben relacionarse entre lo que se quiere hacer y el contexto en el que se realizan.
- **Concretos.** Los objetivos se formular de forma precisa y particular.
- **Medibles.** Los objetivos deben permitir ser cuantificables en tiempo y en eficacia.

Los objetivos se pueden dar desde planteamientos primarios y secundarios. El primario es el objetivo fundamental que condicionará al resto de objetivos desde su concepción. Por ejemplo, una emisora que tenga como objetivo principal la formación, también puede pretender la divulgación de conocimientos generados desde la universidad o la injerencia política desde la extensión.

- **Formación.** Cuando el objetivo de la radio es contribuir a la adquisición de conocimientos y destrezas para la realización de actividades, por parte de alumnos. En este caso, la formación, como objetivo, debe entenderse en el más amplio sentido del término y a partir de dos dimensiones pedagógicas:
 - **Formación integral.** Los alumnos de comunicación que realizan prácticas en las emisoras de radio, deben tener la oportunidad de desarrollar todas y cada una de las destrezas que requieren el ejercicio de la actividad radiofónica. Por tanto, esa formación se debe dar en todos los procesos que intervienen en el ejercicio profesional: producción de contenidos, coordinación, gestión, dirección, comercialización, etc.

- **Desarrollo por proyectos.** Cuando los alumnos, de comunicación o de otra disciplina, formula y desarrolla de un proyecto temáticos desde dimensiones comunicativas: programa sobre zootecnia, derecho, filosofía, etc.
- **Divulgación.** El objetivo es ofrecer, de forma asequible, entendible, la producción intelectual de la academia, en aras de democratizar el conocimiento generado y así permitir su utilización en el mundo universitario o en la sociedad.
- **Extensión.** Teniendo en cuenta que el objetivo de la extensión es generar espacios de interrelación que fomenten cambios en una de las partes, o en ambas, a partir de la visión y de las actividades de la institución universitaria. Se deben dar distintos tipos de objetivos:
 - **Culturales.** La universidad, a través de la radio, traslada e interioriza en su Público Objetivo una manifestación de los modos y las formas artísticas populares o de un determinado segmento social.
 - **Educativas.** El objetivo de la emisora de radio es cubrir el déficit funcional, o ser un complemento, de las entidades de educación superiores o no superiores destinadas a un educar a Público Objetivo externo a la institución.
 - **Políticas.** La radio incide sobre un segmento social para establecer mecanismos de empoderamiento y ejercicio democrático, así como de ingerencia sobre las estructuras del sistema.

Estos objetivos, como venimos planteando, no son excluyentes. Es más, dada la naturaleza universal de la institución, tienden a complementarse. Lo que sí ocurre, es que la elección de uno u otro como objetivo principal, requiere una determinada estructura de producción con la cual lograr la meta formulada, y esa estructura condicionará el resto de objetivos. Por ejemplo, si nuestro principal objetivo es formar a los alumnos de comunicación, pero también buscamos la incidencia política a partir de la extensión, la estructura productiva que conformaremos para el desarrollo formativo de los alumnos, hará que se limite la capacidad de incidencia política de la emisora, dada la falta de experiencia de los propios alumnos en análisis, investigación, estética, etc.

Todo objetivo alcanzado supone algún tipo de beneficio, que no necesariamente tiene que ser económico, aunque también podría. En la medida que las radios alcanzan sus

diferentes metas, recaerá sobre la institución universitaria un beneficio de tipo social, político o académico.

14.2.2. Público Objetivo

El Público Objetivo es el principal objeto de la radio universitaria, pues en la medida que logre trasladar las pautas conductuales, la universidad obtendrá un beneficio social, político, etc.

Por tanto, la universidad y la radio debe configurar su Público Objetivo a partir de la agrupación de individualidades con características comunes: necesidades, ética, moral, gustos, etc. Estos pueden ser:

- **Endógenos.** La emisora se dirige a los diferentes estamentos que conforman la comunidad universitaria: docentes, investigadores, alumnos, personal de administración y servicios, etc.
 - **Interna.** Cuando se integra por la propia institución universitaria.
 - **Externa.** Cuando se conforma con los diferentes estamentos, independientemente de la institución a la que pertenezcan.
- **Exógenos.** La emisora conforma su público objetivo a partir de personas ajenas a la comunidad universitaria.
 - Segmentos sociales.
 - Perfiles profesionales.
 - Etc.

14.2.3. Organización

La institución universitaria debe determinar el tipo de relación orgánica que mantendrá con la emisora de radio. Según sea la dependencia generarán una serie de características inherentes al medio. Los más comunes son:

- **Rectoría.** La radio, a través de la oficina de comunicaciones, se plantea como un elemento estratégico y estructural de la propia institución universitaria. En la medida que la rectoría es la máxima dependencia de gobierno y tiene como objetivo determinar su rumbo misional, en aras de lograr impacto misional, la radio se presentará como portavoz institucional.

- **Facultad.** Es una unidad académica encargada de desarrollar las labores específicas de investigación y docencia a partir de una división de conocimientos y disciplinas. Lo común es que las radios dependan de la facultad de comunicación (si bien hay otras divisiones en las que los estudios de comunicación se adscriben a otra denominación más amplia del saber). Cuando la radio se concibe y depende de esta unidad, tendrá unos objetivos formativos y experimentales.
- **Vicerrectoría Académica.** Es la unidad encargada de coordinar la actividad académica de cada una de las facultades con los lineamientos institucionales. Cuando la emisora depende organizativamente de esta unidad, imperarán unos objetivos divulgativos.
- **Vicerrectoría de Extensión.** Es la unidad responsable de ejecutar las interrelaciones entre la sociedad y la institución universitaria. Como vimos en el marco teórico, se presentan múltiples formas de extensión. La más común es la que identifica las necesidades del entorno y aplica una serie de acciones encaminadas a desarrollar el bienestar de la sociedad. Estas pueden enfocarse a ofrecer conocimientos culturales, que contribuyan al enriquecimiento de la nación; educativos, que permitan adquirir una serie de conocimientos aplicables al día a día de los integrantes de la sociedad; políticos, con los que se fomente la participación y el ejercicio democráticos, etc.
- **Secretaría General.** Es la unidad que gestiona y administra la información administrativa fruto del propio ejercicio de la actividad universitaria, tanto a nivel interno como externo. Cuando la radio depende orgánicamente de esta unidad, tienen a funcionar como un instrumento comunicativo de la institución que da cuenta de los diferentes procesos que surgen en la universidad.
- **Fundación.** Es una unidad sin ánimo de lucro, de utilidad pública, creada por la propia institución universitaria, para el desarrollo de proyectos y actividades de carácter social con las que lograr mayor autonomía operativa y financiera. El enfoque dependerá de cada institución y del grado de armonía entre la universidad y la fundación.

14.2.4. Recursos humanos, técnicos y financieros

La institución universitaria debe determina los suficientes recursos humanos, así como técnicos y financieros, para alcanzar los objetivos planteados. Según sea el objetivo:

- **Formativo.** Todos los recursos giran en torno a la capacitación del cuerpo discente de la facultad o universidad.
 - **Humanos.**
 - Vinculación de un docente del programa en la dirección del proyecto.
 - Estudiantes que, mediante una beca o ayuda al estudio, colaboren en la administración del medio; estudiantes que realicen prácticas necesarias para el grado; así como voluntarios que deseen colaborar en la radio.
 - Técnico que se responsabilice del mantenimiento de los equipos electrónicos.
 - **Técnicos.** Espacios que garanticen la realización de todos los roles profesionales involucrados en la producción, coordinación, comercialización y dirección de medios radiofónicos. Lo ideal es diferenciar las instalaciones de prácticas de las propias de la emisora.
 - **Financiación.** Al tratarse de un medio escuela, los recursos deberán ser cubiertos por la institución.
- **Divulgativo.** El objetivo es dar a conocer la producción intelectual de la universidad en diferentes entornos. Por lo tanto, requiere de:
 - **Humanos.**
 - Docente en comunicación que dirija el medio.
 - Docentes con asignación horaria específica y reconocida por la institución con la que puedan adaptar los conocimientos generados en la investigación.
 - Periodistas que contribuyan a la producción y adaptación esos contenidos según las narrativas sonoras.
 - Alumnos de cada una de los diferentes programas académicos con los que producir los contenidos específicos de su disciplina.
 - Operarios y demás perfiles afines.

- **Técnicos.** Medios que permitan vincular la emisora de radio con los espacios académicos.
- **Financiación.** Mixta, a través de recursos institucionales internos y externos.
- **Extensión.** El objetivo es injerir influencia en el entorno social, por lo tanto, requiere de:
 - **Humanos.**
 - Periodista o docente en comunicación cuya asignación sea de tiempo completo.
 - Cuerpo de periodistas para la producción de contenidos, así como de otros perfiles profesionales.
 - Cuerpo de administrativos para la gestión del medio.
 - Docentes con asignación horaria institucional para la realización de tareas productivas.
 - Alumnos con diferentes roles (becarios, practicantes y voluntarios) para la realización de tareas productivas.
 - Colaboradores externos con diversos perfiles, según sean los objetivos del medio.

14.2.5. Concepción institucional

Consolidar un proyecto comunicativo universitario requiere tiempo. Por lo tanto, hay que garantizar que el medio de comunicación sea considerado una acción estratégica y común en cualquier gobierno. Es muy habitual que el cambio de rector o decano implique un cambio en la dirección de la emisora.

14.3. Dimensión Táctica: dirección de la actividad comunicativa

Una vez establecida la concepción del medio y la planificación del mismo, el director debe ejercer la coordinación entre la dimensión estratégica y táctica. La persona encargada de dirigir una radio universitaria debe ser conocedor de la comunicación y de las dinámicas académicas. Deber ser una persona sensible y con capacidad de intuición.; con una visión y conocimiento universal. Líder y respetuoso con el entorno.

14.3.1. Estructuras de Producción

El director de una radio universitaria debe organizar productivamente la emisora a partir de los objetivos que se le han definido. Por tanto, vamos a exponer una estructura general:

- **Dirección.** Es el área encargada de la coordinación general de la táctica, de velar por el cumplimiento de los objetivos y de definir el camino para alcanzarlos. Es la unidad encargada
- **Comité de programación.** Dependiendo de la finalidad de la emisora, se puede plantear de la siguiente forma:
 - **Formativa.** Director de la emisora, decano de la facultad o director del programa, representante de los profesores de comunicación, representante de profesores del resto de disciplinas, representante de egresados, representante de integrantes de la emisora, un alumno representante de los estudiantes de comunicación y un alumno representante del resto de estudiantes.
 - **Cultura.** Director de la emisora, Rector o Vicerrector, Representante de profesores, representante de alumnos, un miembro reconocido por cada una de las áreas literaria, musical, dramática, plásticas, etc. y representante de los integrantes de la emisora.
 - **Extensión.** Director de la emisora, rector o Vicerrector, representante de profesores, representante de alumnos, representante de la administración, representante de colectivos sociales, representante de colectivos empresariales, representante cultural.
- **Subdirección de Programación.** Es el área encargada de coordinar la parrilla de programación y su articulación con los objetivos de la emisora. Dentro de esta subdirección, se pueden plantear diferentes coordinaciones, que estarían encargas del trabajo operativo y logístico con los diferentes productores y realizadores.
 - **Coordinación Informativo.** Supervisión de los contenidos de carácter periodístico e informativo y organización de su fuerza de

trabajo: periodistas, alumnos de comunicación en prácticas, colaboradores, etc.

- **Coordinador Académico.** Supervisión de los contenidos de carácter académico y organización de su fuerza de trabajo: profesores con asignación horaria o voluntarios, alumnos en prácticas o voluntarios, colaboradores externos, etc.
- **Coordinador Cultural y de entretenimiento.** Supervisión de los contenidos de carácter cultural y de entretenimiento y organización de su fuerza de trabajo: periodistas, profesores, alumnos, colaboradores externos, etc.
- **Coordinador Educativo.** Supervisión de los contenidos de carácter educativos y organización de su fuerza de trabajo: docentes, instituciones externas, alumnos, etc.
- **Coordinador Servicios.** Supervisión de los contenidos de servicio y organización de su fuerza de trabajo: profesores, personal de administración, profesionales, colaboradores e instituciones externas, etc.
- **Subdirección técnica.** Área encargada de coordinar los elementos técnicos de producción y de distribución.
 - Continuidad
 - Transmisión
 - Web
- **Subdirección de Proyectos.** Área encargada de buscar y gestionar proyectos de cooperación y colaboración con los que general recursos a la emisora, desde una doble dimensión: económicos y de contenidos.
- **Subdirección Marketing y comercial.** Área cuya finalidad es general la imagen de marca de la emisora y de buscar patrocinadores, sponsors y anunciantes.
- **Subdirección de Memoria y Patrimonio Sonoro.** Área encargada de administrar y conservar todo el patrimonio documental y sonoro generado en la emisora.
- **Subdirección administrativa.** Área que gestiona administrativamente la emisora de radio: contratos, declaraciones, etc.

14.3.2. Estructura de programación

La radio universitaria es un agente generador múltiples conocimientos. Por eso, se deben ordenar temporalmente los conocimientos mediante una estructura mixta, articulando programas temáticos con espacios o franjas musicales, con el fin de lograr una cierta armonía y no dar saltos de contenidos.

Ya que el fin de toda programación es lograr el mayor número de atenciones en el máximo grado posible, se podrían plantear programaciones a partir de la dinámica productiva de la emisora y de la estructura productiva del sistema social al que nos dirigimos:

- Aplicación del axioma “nadie escucha lo que no necesita o no le interesa”
- Garantizar la continuidad a lo largo de la vigencia de la programación.
- Puntualidad en la periodicidad de los contenidos
- Armonización entre la articulación de los programas y espacios.
- Lógica en su ordenación, a partir de las pautas de consumo y accesibilidad.

CAPÍTULO VII

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- Marti Marti, Josep María; **Modelos de programación radiofónica**; Barcelona : Feed Back, D.L. 1991
- Vázquez Guerrero, María; **Jóvenes y Radio Universitaria: un acercamiento a las estrategias formativas de dos países**; en II Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigadores de la Comunicación (AE-IC) Málaga; 2010; “Comunicación y desarrollo en la era digital”. SECCIÓN: “Estructura y políticas de la Comunicación”; viernes 5 de febrero de 2010.
- Perez, Dora Alicia; Lakonich, Juan José; Cecchi, Néstor Horacio; Rotstein, Andrés. **El compromiso social de la universidad latinoamericana del siglo XXI : Entre el debate y la acción**; Ciudad Autónoma de Buenos Aires: IEC-CONADU, 2009
- Tünnermann Bernheim, Carlos. **Universidad y Sociedad. Balance histórico y perspectivas desde Latinoamérica**. Venezuela; Universidad de Venezuela – Ministerio de Educación, Cultura y Deporte; 2000.
- Fernández Berdaguer, Leticia. **La extensión universitaria en el marco de los procesos de evaluación institucional. Análisis de casos**, en Krotsch, Pedro; Camou, Antonio y Prati, Marcelo (coords.): Evaluando la evaluación. Políticas universitarias, instituciones y actores en Argentina y América Latina, Buenos Aires, Prometeo Libros. 2007.
- Faus, Á. (1973): **La radio: introducción al estudio de un medio desconocido**. Madrid. Guadiana de Publicaciones.
- Chaparro Escudero, Manuel (1998): **Radio Pública Local**. Sevilla. Fragua.
- Fidalgo, D (2006). **Radio Universitaria. Historia de una radio diferente**. Revista Razón y Palabra nº 49.
 - a. (2009). Las radios universitarias de España. Transformación al mundo digital. Revista Telos nº 80.
- Malbrán, Carlos; **La radio como herramienta pedagógica experiencias en el uso de la radio como instrumento de desarrollo: decir el mundo decirse a sí**

mismo; Ediciones Corregidor; c2010; ISBN 9789500518826; Biblioteca General Universidad Javeriana Signatura: 371.3331 M15

- Peppino Barale, Ana María; **Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina origen, evolución y perspectivas**; Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco; 1999; ISBN 9688566896; Biblioteca General Universidad Javeriana Signatura 384.54 P36R
 - Peppino Barale, Ana Maria; **Radio popular en America Latina inventario de organizaciones**; Universidad Autonoma Metropolitana, Gernika; 1993; ISBN 9706203125; Biblioteca Genetal Universidad Javeriana Signatura 384.54 P36
 - J. Ignacio Aguaded Gómez, Paloma Contreras Pulido (Coordinadores); **La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática**; La Coruña: Netbib, 2011. Biblioteca UCM.
 - Moreno Moreno (coords.); con la colaboración de Josep María Martí; **Programación radiofónica: arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia**; Barcelona: Ariel, 2003 (2004)
 - Cebrián Herreros, Mariano; **Información radiofónica: mediación técnica, tratamiento y programación**; Madrid: Síntesis, 2001
 - Eric G. Norberg; **Programación radiofónica: estrategias y tácticas**; Madrid : Instituto Oficial de Radio y Televisión, 1998
 - Noveli Osorio, C; Hernando Gómez, A (2011). **Las Radios Universitarias. Trayectoria histórica y panorama mundial, en La Radio Universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática**. J, Ignacio Aguadez y Paloma Contreras, cords. Netlibro La Coruña
 - Gellego, J. I. (2007). **Radio Universitaria en España: situación de una forma de comunicación alternativa**. En WALZER, A (ed). Comunicación alternativa, ciudadanía y cultura. Madrid, Edipo.
 - Merayo, A (ed) (2007). **Radio en Iberoamérica, evolución, diagnóstico y prospectiva**. Madrid: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
 - BERLÍN VILLAFANÍA, I. (1997). **Las radios universitarias, ¿subversión en los mercados? El caso mexicano: el Sureste**. Tesis. Universidad Internacional de Andalucía. 339
- _____(2000), El derecho a decir: radios universitarias y educativas en México. Revista Latina de comunicación social, 27

ARTÍCULOS

- Prado Caicedo, Juan Carlos; **No queremos cometer el delito del silencio. Primer encuentro de la Red de radio Universitaria de América Latina y el Caribe**; EN Universitas Javeriana (Cali) No. 46 (jul.-dic. 2012), p. 14-15. Biblioteca General Universidad Javeriana
- Gaviria, Guillermo; **La radio universitaria en Colombia**; en 91.9 la Revista Que Suena... No. 24 (nov. 2007), p. 8-11. Biblioteca General Universidad Javeriana Signatura 700.
- Cuesta M., Óscar Julián, **Historia de la radio universitaria: estudios de caso de la emisora de LAUD Y UN Radio**. Ánfora 19 (34), 97-115. Universidad Autónoma de Manizales. ISSN 0121-6538
- Garay Acevedo, Juan Carlos; **30 años de radio cultural universitaria en Bogotá**; en 91.9 la Revista Que Suena... No. 24 (nov. 2007), p. 12-23; Biblioteca General Universidad Javeriana Signatura
- Prado Caicedo, Juan Carlos; **20 años de una emisora con Universidad pionera en Radio Universitaria del Suroccidente Colombiano**; en Universitas Xaveriana (Cali) No. 47 (Segundo semestre 2012), p. 14-15
- Prado Caicedo, Juan Carlos; **15 años de la Emisora Javeriana Estéreo Cali 107.5 F.M. radio universitaria pionera en el Valle del Cauca**; en Universitas Xaveriana (Cali) No. 38 (jul.-dic. 2007), p. 12-14; Biblioteca General Universidad Javeriana Signatura 300
- Marti Marti, Jose M.; **La Programación Local en Radio. Formatos y Tendencias**; en Telos Suplemento al no.41 (1995) p. 48-55; Biblioteca General Universidad Javeriana Signatura 001.51
- Moreno Espinosa, Pastora; **Programas y lenguajes radiofónicos en el contexto social actual**; en Ámbitos: revista andaluza de comunicación, 2008; (17) pp 161-170
- DIDO, J.C. (2008) **‘Radios universitarias: realidad y perspectivas’**. 10º congreso REDCOM. Conectados, Hipersegmentados y Desinformados en la Era de la Globalización. Salta, Argentina.
- Rincón Rodríguez, Omar; **La Radio Universitaria Javeriana**; en El Hilo de Ariadna. <http://www.radio.uady.mx/ariadna/articulos/javeriana.html> [Fecha Consulta: 20 de Abril de 2013]

- Zambrano Ayala, William Ricardo, **Radio Grafía de las emisoras de radio universitarias colombianas**, en Folios, 28, 2012, Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquia.
- Frondizi, Risieri; (1958), **“La Universidad y sus misiones”**, en Publicación de Extensión Universitaria, Instituto Sociológico, N° 88, Universidad Nacional del Litoral, Santa Fe.
- Zurita Chávez, Reginaldo (2006), **Campus Andrés Bello**, Universidad de La Frontera, Temuco, Chile.
- Asuaga, Carolina (2007): **Gestión de Radios Universitarias: definiendo la estrategia**; en Revista RE - Presentaciones Periodismo, Comunicación y Sociedad Escuela de Periodismo Universidad de Santiago; Año 2, Número 3 / junio- diciembre 2007, 185-196
- Reyna, M. (2005). **Radios y redes: la radio en las Instituciones de Educación Superior**. Revista Reencuentro.
- TAPIA MARÍN, D. (2003). **Retos y perspectivas de la radio universitaria de cara al siglo XXI**. Caso específico: Radio Universidad Nacional Autónoma de México. Universidad Nacional. Autónoma de México.), 220. Obtenido de revista Razón y palabra
- Torres González, Claudia. **Antecedentes de la Radio Universitaria en México**, UAZ Siglo XXI, Consorcio de Universidades Mexicanas.
http://www.uaz.edu.mx/noticias/uazsigloxxi/plana_siglo_21_no139.pdf
consultado el 13 de julio de 2014.

TESIS DOCTORALES

- Vázquez Guerrero, María; director Enma María Rodero Antón; **La Radio Universitaria en México y España: estudio de la participación y formación de los jóvenes**; Barcelona: Universidad Pompeu Fabra. 2012
- Gallego Pérez, Juan Ignacio; director Manuel Fernández Sández; **Podcasting: distribución de contenidos sonoros y nuevas formas de negocio en la empresa radiofónica española**; Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Servicio de Publicaciones, 2010

INFORMES y DOCUMENTOS OFICIALES

- **ANUIES y UNESCO.** (2007b). Radiodifusoras y Productoras de las Instituciones de Educación Superior en México [Abstract]. Los Medios de Comunicación Universitarios en México 2005 Disponible en la red: http://www.anui.es.mx/secciones/convocatorias/pdf/578177resumen_radio.pdf
- UNESCO (1998), “**Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI: Visión y Acción, París, 9 de Octubre de 1998**”. Versión electrónica:
http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm Fecha de consulta: 29 de junio de 2014
- **ANUIES,2011.**
http://www.anui.es.mx/servicios/d_estrategicos/afiliadas/156.html, Fecha de consulta: 29 de junio de 2014
- **II Conferencia Latinoamericana de Extensión Social Universitaria,**
<http://biblio.juridicas.unam.mx/revista/pdf/DerechoComparado/13/inf/inf38.pdf>, fecha consulta 29 de junio de 2014
- **Juan Manuel Aguillo**, director de Radio Universidad de los Hemisferios en Red de Radios Universitarias del Ecuador,
<http://www.youtube.com/watch?v=tZ0sVKvQ9y0> fecha de consulta 15/07/2014
- **Ley Orgánica de Comunicación**, Asamblea Nacional de Ecuador, en http://www.asambleanacional.gob.ec/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf

PÁGINAS WEB EMISORAS DE RADIO

- Universidad de Avellaneda, <http://www.undav.edu.ar/radioundav/>, fecha de consulta 2/10/2013
- Universidad de Lanús, <http://www.radiounla.com.ar>, fecha de consulta 2/10/2013
- Universidad Nacional del Litoral, <http://www.lt10digital.com.ar>, fecha de consulta 2/10/2013
- Universidad Nacional de San Luis, <http://radiofm.unsl.edu.ar>, fecha de consulta 2/10/2013
- Universidad Nacional de Jujuy, www.unju.edu.ar, fecha de consulta 2/10/2013

- Universidad Nacional del Comahue, <http://www.uncoma.edu.ar/extension/radio.html>, fecha de consulta 2/10/2013
- Universidad Nacional del Comahue, <http://antenalibrefm.blogspot.com>, fecha de consulta 2/10/2013
- Universidad Nacional de la Matanza, <http://www.ru891.com.ar>, fecha de consulta 3/10/2013
- Universidad Nacional de Misiones, <http://fm.unam.edu.ar/>
- Universidad Nacional de Catamarca, <http://www.unca.edu.ar/pagina-91-radio-universidad-118.html>, fecha de consulta 03/10/2013
- Universidad Nacional de Tucumán, <http://www.fm947universidad.com.ar/>, fecha de consulta 04/10/2013
- Universidad Nacional de Formosa, <http://www.radiounaf.com.ar/>, fecha de consulta 04/10/2013
- Universidad Nacional de la Rioja, <http://radiounlar.com.ar/>, fecha de consulta 04/10/2013
- Universidad Nacional de la Patagonia Austral, <http://www.fmunpa.com.ar/>, fecha de consulta 05/10/2013
- Universidad Nacional de Mar del Plata, <http://www.mdp.edu.ar>, fecha de consulta 05/10/2013
- Universidad Nacional de Salta, <http://radio.unsa.edu.ar/>, fecha de consulta 06/10/2013
- Universidad Nacional del Sur, <http://www.radio.uns.edu.ar/>, fecha de consulta 06/10/2013
- Universidad de Buenos Aires, <http://www.uba.ar/radiouba/>, fecha de consulta 06/10/2013
- Universidad Nacional de Córdoba Universidad Nacional de Córdoba <http://www.radioreves.com.ar>, fecha de consulta 06/10/2013
- Universidad Nacional de San Juan, <http://www.radio.unsj-cuim.edu.ar>, fecha de consulta 06/10/2013
- Universidad Nacional de Río Cuarto (Córdoba) <http://www.unrc.edu.ar/unrc/radio>, fecha de consulta 07/10/2013

- Universidad Nacional de Villa,
<http://webarchivo.unvm.edu.ar/radioflash/index1.html>, fecha de consulta 06/10/2013
- Universidad Nacional de Cuyo, <http://www.radio.uncu.edu.ar/>, fecha de consulta 06/10/2013
- Universidad Nacional de Patagonia San Juan Bosco,
<http://www.infoweb3.unp.edu.ar/extension/index.php/comunicacion-y-medios/radio-universidad>, fecha de consulta 07/10/2013
- Universidad Nacional de Rosario, <http://www.radio.unr.edu.ar> fecha de consulta 07/10/2013
- Universidad Nacional de Santiago del Estero,
<http://www.radiouniversidad.unse.edu.ar> fecha de consulta 07/10/2013
- Universidad Nacional de la Plata, <http://www.radiouniversidad.unlp.edu.ar/>
- Sistema Integrado de Radios de la Universidad Nacional de Entre Ríos,
<http://www.radiouniversidad.unlp.edu.ar/> fecha de consulta 10/10/2013
- Universidad Nacional de Lujan – Buenos Aires,
 - a. www.radios.uner.edu.ar
 - b. www.radios.uner.edu.ar
 - c. www.radios.uner.edu.ar
- Radio Nacional Tecnológica fecha de consulta 13/10/2013
 - a. <http://www.prensa.unlu.edu.ar/?q=node/15>
 - b. www.fmlatecno.com.ar
 - c. <http://www.frbb.utn.edu.ar/radio/>
 - d. <http://www.frc.utn.edu.ar/radio/>
 - e. <http://www.radioestudio.com.ar>
 - f. <http://www.fmutn.com.ar>
 - g. www.fmuniversidad.com
 - h. www.universidadalatre.com.ar
 - i. <http://www.frre.utn.edu.ar/radiouniversidad>
 - j. www.frn.utn.edu.ar/
 - k. www.frsc.utn.edu.ar
 - l. www.frrg.utn.edu.ar

- Universidad Nacional del Nordeste, http://www.unne.edu.ar/extension/radio_unne.html fecha de consulta 13/10/2013
- Sistema Nacional de Productoras y Radiodifusoras de las Instituciones de Educación Superior, <http://www.uv.mx/radio/vivo.htm> radiouv@uv.mx, fecha de consulta 10/10/2013
- Universidad de Guadalajara, <http://www.radio.udg.mx/guadalajara/index.html>, fecha de consulta 10/10/2013
- Instituto Tecnológico de Celaya, <http://itcelaya.edu.mx/?r=departamentos/radio> fecha de consulta 10/10/2012
- Universidad de Guanajuato, <http://radioug.ugto.mx/>, fecha de consulta 10/10/2012
- Instituto Tecnológico de Tijuana, <http://www.itt.mx/> fecha de consulta 10/10/2012
- Universidad Autónoma de Baja California , <http://www.uabcradio.mx/>, fecha de consulta 13/10/2012 radio@uabc.mx
- Instituto Tecnológico de Mexicali, <http://www.itmexicali.edu.mx/xhitm/index.html>, fecha de consulta 14/10/2012
- Universidad Autónoma de Baja California Sur, <https://www.uabcs.mx/difusion/inicio/index.php> fecha de consulta 16/10/2012
- Universidad Autónoma de Campeche, <http://www.ujat.mx/interioradentro.aspx?ID=16464&NODO=316>, fecha de consulta 16/10/2012
- Universidad Autónoma del Carmen , www.radiodelfin.com/889 fecha de consulta 16/10/2012
- Universidad Autónoma de Chihuahua, <http://ru.uach.mx/> agarcia@uach.mx fecha de consulta 16/10/2012
- Universidad Autónoma Ciudad Juárez, <http://www.uacj.mx>, fecha de consulta 16/10/2013
- Instituto Tecnológico de Saltillo, <http://danielcomx.dyndns.tv/>, fecha de consulta 20/10/2013
- Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro, <http://www.radionarro.com/> fecha de consulta 20/10/2013
- Universidad Autónoma de Coahuila , <http://www.uadec.mx/>, fecha de consulta 20/10/2013

- Universidad de Colima, <http://www.ucol.mx/radio/> fecha de consulta 20/10/2013
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Ciudad de México, <http://www.conceptoradial.com> fecha de consulta 20/10/2013
- Instituto Politécnico Nacional, <http://www.radio.ipn.mx/> fecha de consulta 20/10/2013
- Universidad Autónoma Metropolitana, <http://www.uamradio.uam.mx/> fecha de consulta 20/10/2013
- Universidad Pedagógica Nacional, <http://radioytv.upn.mx/> fecha de consulta 22/10/213
- Universidad Iberoamericana , <http://ibero909.fm/> fecha de consulta 22/10/213
- Universidad Nacional Autónoma de México, <http://www.radiounam.unam.mx/> fecha de consulta 22/10/213
- Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, <http://radionicolaita.umich.mx/> fecha de consulta 22/10/213
- Universidad Autónoma de Zacatecas, <http://radio.uaz.edu.mx/> fecha de consulta 22/10/213
- Universidad Juárez del Estado de Durango, <http://www.ujed.mx/portal/Publico/RadioUniversidad.aspx> fecha de consulta 22/10/213
- Universidad de Tarapacá; www.livestream.com/radiouta fecha de consulta 23/10/2013
- Universidad Arturo Prat; http://www.unap.cl/prontus_unap/site/edic/base/port/radio.html/ fecha de consulta 23/10/2013
- Universidad de Antofagasta; <http://www.radioua.cl/> fecha de consulta 23/10/2013
- Universidad Católica del Norte; <http://www.radiosol.cl/> fecha de consulta 23/10/2013
- Universidad Atacama; <http://www.radiouda.cl/> fecha de consulta 23/10/2013
- Universidad La Serena; <http://www.userena.cl/index.php/comunicaciones/radio-universitaria> fecha de consulta 23/10/2013
- Universidad Valparaíso; <http://rvl.uv.cl/new/> fecha de consulta 23/10/2013

- Universidad Técnica Federico Santa María; <http://www.radio.utfsm.cl/> fecha de consulta 24/10/2013
- Pontificia Universidad Católica de Valparaíso; <http://www.ucvradio.cl/bsite/> fecha de consulta 24/10/2013
- Universidad de Santiago; <http://www.radiousach.cl/> fecha de consulta 24/10/2013
- Universidad de Talca; <http://radioemisoras.otalca.cl/> fecha de consulta 24/10/2013
- Universidad del Bio-Bio; <http://www.radioubb.cl/> fecha de consulta 24/10/2013
- Universidad Concepción; www.radioudec.cl fecha de consulta 24/10/2013
- Universidad de la Santísima Concepción; <http://www.ucsc.cl/ucsc-radio/> fecha de consulta 24/10/2013
- Universidad de la Frontera; http://www.ufro.cl/web_extension/radio.html fecha de consulta 25/10/2013
- Universidad Austral de Valdivia;
<http://www.extension.uach.cl/index.php/organizacion/radio-uach-90-1-fm> fecha de consulta 25/10/2013
- Universidad de Magallanes; <http://www.umagtv.cl/radio/> fecha de consulta 25/10/2013
- Universidad de Chile; <http://radio.uchile.cl/> fecha de consulta 25/10/2013
- Universidad Católica de Chile;
http://www.radiouc.cl/prontus_radiouc/site/edic/base/port/inicio.html fecha de consulta 25/10/2013
- Universidad Los Hemisferios;
<http://www.comunicacionudlh.edu.ec/index.php/radio-hemisferios> fecha de consulta 15/07/2014
- Universidad de Cuenca; <http://radio.ucuenca.edu.ec/> fecha de consulta 15/07/2014
- Universidad del Azuay; <http://www.uazuay.edu.ec/> fecha de consulta 15/07/2014
- Universidad Central del Ecuador; <http://www.uce.edu.ec/web/radio-universitario> fecha de consulta 15/07/2014

- Universidad San Francisco;
http://www.usfq.edu.ec/sobre_la_usfq/servicios/educacion/idea/recursos_y_multimedios/Paginas/radio.aspx fecha de consulta 15/07/2014
-
- Universidad Tecnológica Equinoccial;
<http://www.ute.edu.ec/recursos/radio.aspx> fecha de consulta 15/07/2014
- Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales; <http://www.flacso-radio.ec/>
fecha de consulta 15/07/2014
- Universidad Católica de Cuenca; <http://www.ondascanaris.com.ec/web/> /
<http://prodigitalsystem.com/catoonline/> fecha de consulta 15/07/2014
- Universidad Politécnica Salesiana; <http://www.upsquenotaradio.com/> fecha de
consulta 15/07/2014
- Universidad Estatal de Milagro; <http://www.prensainteractiva.com> fecha de
consulta 15/07/2014
- Universidad Católica Santiago de Guayaquil; <http://www.ucsgrtv.com/radio/>
fecha de consulta 15/07/2014

ANEXOS

Tabla de anexos y códigos de localización

Región Andina								
Universidad	Agente	Entrevista Audio	Entrevista Transcripción	Protocolo Observación	Parrilla de Programación	Organigramas	Estatutos	Comunicados
Universidad Nacional de Colombia	Unimedios	A-ENTR-01A	A-TRANS-01	A-PROT-01	A-PROG-01	A-ORG-01	A-EST-01	
		A-ENTR-01B			A-PROG-02			
					A-PROG-03			
Universidad Javeriana	Javeriana Estéreo Bogotá	A-ENTR-02	A-TRANS-02	A-PROT-02	A-PROG-04	A-ORG-02	A-EST-02	
	Javeriana Estéreo Cali	A-ENTR-03	A-TRANS-03	A-PROT-03	A-PROG-05	A-ORG-03	A-EST-03	
Universidad Jorge Tadeo Lozano	HJUT 106.9	A-ENTR-04A	A-TRANS-04	A-PROT-04	A-PROG-06	A-ORG-04	A-EST-04	
		A-ENTR-04B						
	Óyeme UJTL	A-ENTR-05	A-TRANS-05	A-PROT-05	A-PROG-07			
	Rectoría	A-ENTR-06	A-TRANS-06	-	-			
Universidad Distrital Francisco José de Caldas	LAUD Estéreo	A-ENTR-07	A-TRANS-07	A-PROT-06	-	A-ORG-05	A-EST-05	
Universidad de la Sabana	Unisabana Radio	A-ENTR-08A	-	-	A-PROG-08	-	A-EST-06	
		A-ENTR-08B						
	Rectoría	A-ENTR-09	-	-	-			
Universidad Santo Tomás	Escenario Radio	A-ENTR-10	A-TRANS-08	A-PROT-07	A-PROG-09	A-ORG-06	A-EST-07	
	Rectoría	A-ENTR-11	A-TRANS-09	-	-			
Universidad Abierta y a Distancia	Unad Radio	A-ENTR-12	A-TRANS-10	A-PROT-08	A-PROG-10	A-ORG-07	A-EST-08	
	Vicerrectoría	A-ENTR-13	A-TRANS-11	-	-			
Universidad Minuto de Dios	Uniminuto Radio	A-ENTR-14	A-TRANS-12	-	-	-	-	-
Universidad Konrad Lorenz	Kon Radio	A-ENTR-15	-	A-PROT-09	A-PROG-11	A-ORG-08	A-EST-09	
Universidad Politécnico Grancolombiano	Poliradio	-	A-TRANS-13	A-PROT-10	A-PROG-12	A-ORG-09	A-EST-10	
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Tunja	UPTC Radio	A-ENTR-16	A-TRANS-14	A-PROT-11	A-PROG-13	A-ORG-10	A-EST-11	
Universidad Industrial de Santander	UIS AM/FM	-	-	A-PROT-12	A-PROG-14	A-ORG-11	A-EST-12	
Universidad Pontificia Bolivariana	Bolivariana AM/FM	A-ENTR-17	A-TRANS-15	A-PROT-13	A-PROG-15	A-ORG-12	A-EST-13	
	Rector	A-ENTR-18	A-TRANS-16	-	-			

	Católica Metropolitana	-	-	A-PROT-14	A-PROG-16	A-ORG-13		
Universidad Francisco de Paula Santander	UFPS Radio	A-ENTR-19	A-TRANS-17	A-PROT-15	A-PROG-17	A-ORG-14	A-EST-14A A-EST-14B	
	La UFM Stereo	A-ENTR-20	A-TRANS-18	A-PROT-16	A-PROG-18	A-ORG-15A A-ORG-15B	A-EST-15	
Universidad de Antioquia	Emisoras Culturales FM/AM	A-ENTR-21	A-TRANS-19	A-PROT-17A A-PROT-17B	A-PROG-19A A-PROG-19B	A-ORG-16	A-EST-16	
	Altair	A-ENTR-22	A-TRANS-20	A-PROT-18A A-PROT-18B	A-PROG-20			
Universidad EAFIT	Acústica	A-ENTR-23	A-TRANS-21	A-PROT-19	A-PROG-21	A-ORG-17	A-EST-17	
	Dirección	A-EMTR-24	A-TRANS-22					
Universidad de Medellín	Frecuencia U	A-ENTR-25	A-TRANS-23	A-PROT-20	A-PROG-22	A-ORG-18	A-EST-18	
	Rector	A-ENTR-26	A-TRANS-24					
Universidad Católica de Oriente	Sinigual	A-ENTR-27	A-TRANS-25	A-PROT-21	A-PROG-23	A-ORG-19	A-EST-19	
	Rector	A-ENTR-28	A-TRANS-26					
Universidad Autónoma de Manizales	Radio Cóndor	A-ENTR-29	A-TRANS-27	A-PROT-22	A-PROG-24	-	A-EST-20	
	Rector	A-ENTR-30	A-TRANS-28					
Universidad de Manizales	UM Radio	A-ENTR-31	A-TRANS-29	A-PROT-23	A-PROG-25	-	A-EST-21	
	Rector	A-ENTR-32	A-TRANS-30					
Universidad Tecnológica de Pereira	Universitaria Estéreo	A-ENTR-33	A-TRANS-31	A-PROT-24	A-PROG-26	A-ORG-20	A-EST-22A A-EST-22B	
	Rector	A-ENTR-34	A-TRANS-32					
Universidad del Quindío	La UFM Estéreo	A-ENTR-35	A-TRANS-33	A-PROT-25	A-PROG-27	A-ORG-21	-	
Universidad del Tolima	Tu Radio	A-ENTR-36	A-TRANS-34	A-PROT-26	A-PROG-28	-	A-EST-23A A-EST-23B	
	Vicerrector	A-ENTR-37	A-TRANS-35					
Universidad Santiago de Cali	La Radio USC	A-ENTR-38	A-TRANS-36	A-PROT-27	A-PROG-29		A-EST-24	
Universidad del Valle	Univalle Estéreo	A-ENTR-39	A-TRANS-37	A-PROT-28	A-PROG-30	A-ORG-22	A-EST-25A A-EST-25B	
Universidad Antonio José Camacho	Radio UNIACJ	A-ENTR-40	A-TRANS-38	A-PROT-29	A-PROG-31	A-ORG-23	A-EST-26	A-COM-1
	Rector	A-ENTR-41	A-TRANS-39					
Universidad Surcolombiana	-	-	-	-	-	-	-	
Universidad de Nariño	-	-	-	-	-	-	-	A-COM-2
Universidad del Cauca	-	-	-	-	-	-	-	
Universidad de Pamplona	-	-	-	-	-	-	-	A-COM-4

Región Caribe								
Universidad del Norte	Uninorte	A-ENTR-42	A-TRANS-40	A-PROT-30	A-PROG-32	A-ORG-24A A-ORG-24B	A-EST-27	
	Vicerrector	A-ENTR-43	A-TRANS-41					
Universidad Autónoma del Caribe	Uniautónoma	A-ENTR-44	A-TRANS-42	A-PROT-31	A-PROG-33	A-ORG-25	A-EST-28A A-EST-28B	
Universidad del Magdalena	Unimagdalena Radio	-	-	-	-	-	-	
Universidad de Cartagena	UdeC Radio	A-ENTR-45	A-TRANS-43	A-PROT-32	-	-	A-EST-29A A-EST-29B A-EST-29C	
	Rector	A-ENTR-44	A-TRANS-44					
Universidad Bolivariana – Montería	Frecuencia Bolivariana	-	-	-	-	-	-	
Universidad TADEO – Caribe	K13 Radio	A-ENTR-45	A-TRANS-45	A-PROT-33	A-PROG-34	A-ORG-04 A-ORG-26	A-EST-04	
Universidad de Córdoba	Unicord Stereo	-	-	-	-	-	-	
Universidad de Sucre	Unisucro FM Stereo	A-ENTR-46	-	A-PROT-34	A-PROG-35	A-ORG-27	A-EST-30	
Región Pacífico								
Universidad Tecnológica del Chocó Diego Luis Córdoba	Radio Universidad del Chocó	-	-	-	-	-	-	A-COM-3
Región Amazonía								
Universidad de la Amazonía	Radio Amazonía	A-ENTR-47	-	A-PROT-35	A-PROG-36	A-ORG-28	A-EST-31	
Fichas Técnicas de Entrevistas Semiestructuradas								
A-FT-01								